

文形色构



职场人士必修的 PPT演示设计课

刘鹏 / 著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

无论你是企业里的行政人员，还是中高层管理者，只要你需要当众传递信息、发表观点，你就一定有过 PPT 设计制作的困扰。商业 PPT 并非制作技巧的累积，也不是简单的模板套用。

本书从 PPT 设计的本质入手，讲述了 PPT 设计中任务分析、文稿处理、风格确立、图形美化、版式设计、动画效果等相关的原则和原理，用丰富的案例展现了多种 PPT 设计形态，帮助你设计出结构清晰严谨、画面简洁明了的 PPT。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

文形色构，职场人士必修的 PPT 演示设计课 / 刘鹏著. —北京：电子工业出版社，2018.10
ISBN 978-7-121-35060-3

I . ①文… II . ①刘… III . ①图形软件 IV . ① TP391.412

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 212784 号

策划编辑：石 倩

责任编辑：牛 勇

印 刷：

装 订：

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编：100036

开 本：720×1000 1/16 印张：15.75 字数：321千字

版 次：2018年10月第1版

印 次：2018年10月第1次印刷

定 价：69.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至zltz@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：010-51260888-819，faq@phei.com.cn。

前言

由于工作的原因，我一年至少要听五十场以上的 PPT 报告，经常能够接触到顶尖咨询公司、创业公司所做的 PPT。如果从“PPTer”的角度来看，这些 PPT 都是不符合审美的，或者说做得很丑。

而现实情况是，那些咨询公司的 PPT 经常能卖到三四十万元，创业公司的 PPT 也经常能让其融到上百万元的资本。这和 PPT 圈子里面，十几元一个模板，最贵不过三十万元的 PPT 定制相比，实在是高出太多。

我想，这也从另外一个方面证实了：PPT 是一个在特定情境下用来沟通的工具，而不是一个美化的工具。

在工作中，当你向某一个人或一群人汇报提案时，如果对方指出你的 PPT 做得很糟糕，或者做得很好，你一定想搞明白他到底说的是内容还是设计，大部分时候我们更看重内容逻辑。因此，制作 PPT 时需要在内容和设计之间，找到一个平衡点。

商务 PPT 的设计制作与演示能力是建立在“任务情境”之上的。PPT 的设计制作从“任务目标”开始，然后在“听众分析”和“场景还原”的基础上对所传递的内容进行提炼和浓缩，设计者（或演讲者，二者有时不为一人）再利用颜色、文字、图形和动画等多种要素进行排版美化，最终通过“刻意训练”，将预先准备的内容呈现在听众面前。本书也正是按照这种思路将内容分为 6 章，将理论和案例结合进行讲述，希望能对读者有所启发。

最后，非常感谢石倩编辑及其他工作人员为本书的出版而做出的努力。还要感谢魁哥、秋叶老师、包翔老师、般若黑洞、布衣公子能为本书用心地撰写推荐语，谢谢你们！

作者

2018 年 7 月

目录

◀ 00 引子 001

- 0.1 误用：PPT 内容组织与设计制作的错误 001
 - 0.1.1 内容上的疏漏与繁杂 001
 - 0.1.2 设计上的不足与精进 002
- 0.2 本质：PPT 设计就是展示设计 007

◀ 01 任务分析，幻灯片永远服务于沟通任务 009

- 1.1 用途：千万种用途都可以归为两类 009
 - 1.1.1 工作汇报 009
 - 1.1.2 咨询提案 010
 - 1.1.3 产品讲解 011
 - 1.1.4 宣讲推介 012
 - 1.1.5 企业培训 013
- 1.2 目的：告知与说服后听众会有哪些举动 014
 - 1.2.1 告知与说服 014
 - 1.2.2 演讲的 A、B 点 014
- 1.3 听众：听众的需求才是内容与设计的需求 015
 - 1.3.1 听众的基础分析 016
 - 1.3.2 听众的具体分析 016
 - 1.3.3 听众分析的工具（移情图 Empathy map） 017
- 1.4 环境：呈现环境决定了设计与制作 019
 - 1.4.1 场地 019
 - 1.4.2 软硬件设备 021
 - 1.4.3 时间段 021
 - 1.4.4 时长 022

◀ 02 内容处理，避免出现“幻灯文” 023

- 2.1 文稿：完整的文字稿需要提炼浓缩 023
 - 2.1.1 划分层次 024

2.1.2 提炼大纲	026
2.1.3 调整逻辑	027
2.1.4 寻找重点	029
2.1.5 图解文字	030
2.2 想法：零散的想法需要整理归纳	032
2.2.1 发散收集	033
2.2.2 筛选整理	034
2.3 导入：从文稿和想法变为 PPT	036
2.3.1 导入 PPT	036
2.3.2 导入之后	039

◀ 03 风格规范，吸引听众、营造氛围的关键 043

3.1 背景：设计制作的底子	043
3.1.1 背景大小	044
3.1.2 背景材质	048
3.2 颜色：情绪表达的载体	053
3.2.1 色彩理论	055
3.2.2 配色方法	058
3.3 文字：体现气质的工具	073
3.3.1 字体	073
3.3.2 文字格式	080
3.4 常见 PPT 风格与情绪板	085
3.4.1 常见风格	085
3.4.2 情绪板	091

◀ 04 图形表达，还原文字、数据本来的面貌 094

4.1 图片：把文字还原为本来的面貌	094
4.1.1 图片类型	096
4.1.2 图片查找	098
4.1.3 图片选择	104
4.1.4 图片处理	106
4.1.5 图片应用的问题	116
4.2 图表：让数据根据结论进行展示	126
4.2.1 图表类型	126

4.2.2 图表元素	133
4.2.3 图表优化	138
4.3 形状：使抽象的概念转化为可视的图解	156
4.3.1 形状基础	157
4.3.2 合并形状	173
4.3.3 逻辑图示	177

◀ 05 版面规范，摆脱页面杂乱不堪 188

5.1 版面设计原则：页面设计规范性	188
5.1.1 对齐	188
5.1.2 对比	195
5.1.3 重复	199
5.1.4 亲密	202
5.1.5 层次	204
5.2 框架页制作：起承转合的一致性	207
5.2.1 封面	208
5.2.2 目录	214
5.2.3 过渡页	218
5.2.4 封底	220
5.3 内容页制作：核心内容的主次性	220

◀ 06 动画呈现，为报告锦上添花 225

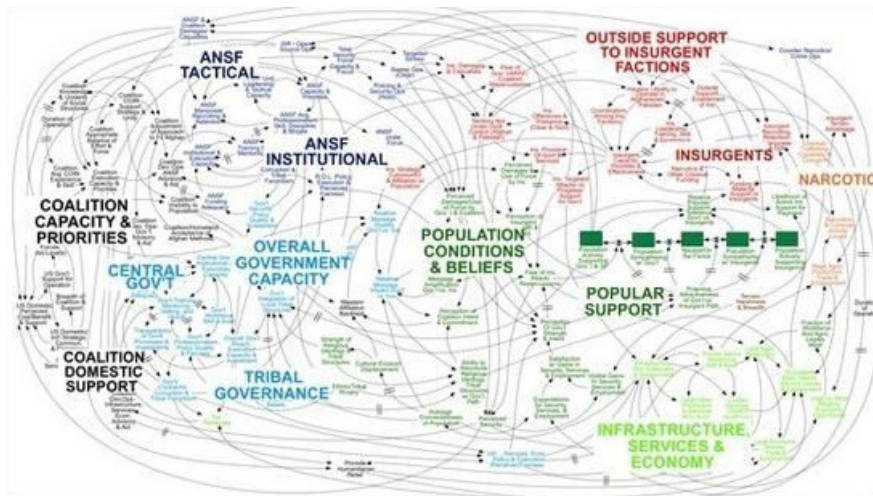
6.1 基本原则：PPT 动画效果更符合真实效果	225
6.1.1 简洁高效	225
6.1.2 层次分明	226
6.1.3 页面关联	227
6.1.4 自然可信	228
6.2 分类组合：4 类自带动画也可以有千变万化	228
6.2.1 动画分类	229
6.2.2 动画操作	237
6.3 切换效果：展现上下页间的逻辑关系	240

◀ 00 引子 ▶

在全世界最大的幻灯片分享平台 Slideshare 上，平均每天有 2800 个幻灯片被上传。在商业环境中，幻灯片已经成为沟通中必不可少的工具，而制作幻灯片也成为职场人必备的一项商业技能。

0.1 误用：PPT 内容组织与设计制作的错误

PPT 使用过程中出现了越来越多的问题。有时人们把大量内容一股脑塞进一页 PPT 里，有时 PPT 里满是项目编号列表，这让 PPT 遭受到了大量的批评，反对 PPT 的人甚至提出了“Death by PowerPoint”的观点。图 0-1 是一次军事会议上，汇报者用 PPT 制作的一张战略图，本想生动地说明一下战略、战术，但结果一团糟。



· 图0-1

为什么会这样呢？你平时在工作中使用 PPT 时遇到过哪些问题呢？

假设你是一个项目的负责人，在公司内部对上级管理者进行了一次项目进度的汇报，在汇报时上级提出很多的修改意见，并且表示你今天的 PPT 做得不够好。这里的不好，不是一两个漂亮模板能简简单单地解决掉的，它一般都会涉及两个方面的问题——内容和设计。这就犹如好的食材还需要得到好的加工，最终才能成为可口的菜肴一样。PPT 要好，首先内容得过关，其次设计要能够更好地展现内容。

0.1.1 内容上的疏漏与繁杂

PPT 内容的准备其实更像是一种各种资料的统筹平衡。

在使用 PPT 进行工作汇报时经常遇到这样一种情况，当你讲解某一张页面时，对方会提出各种问题，比如这个项目报告里怎么没有经济测算啊，关于项目进度的时间分解好像不对吧。

这种汇报当中怕的不是问题，而是你没有应对的答案。一般在对方提出问题后，你有两种解决方案：一个是口头解答，另一个是在其他的 PPT 页面上有相关的内容，给对方进行解释。但如果两者都做不到，则表明在一开始你就没有考虑到这个问题，造成了 PPT 内容上的疏漏，那这次汇报必定是失败的。越是重要的汇报，PPT 在内容准备上越需要充分。

另外一种情况就是事无巨细地将所有已知的文件资料都添加到 PPT 里，制作出一个超长演示文稿。那些偷懒的 PPT 制作者机械地将资料从不同地方复制进 PPT 里，100 页、200 页、500 页的 PPT 就这样诞生了。这么多的内容在面对面讲述时只会有一个结果，观看者会越来越没有耐心听下去，他会把自己觉得不重要的页面一扫而过，直至放弃 PPT 开始不断发问，整场汇报就会变得很被动。繁杂有时并不能表明工作的认真，反而会让人觉得你没有用心，因为所有资料都是堆砌出来的。

0.1.2 设计上的不足与精进

与内容组织相比，PPT 的设计制作也是个让人头疼的问题。一个 80% 的职场人都需要去使用的工具，却很少有人能够真正去掌握它，这就犹如我们都会写字却不一定能写出好的文章一样，因为大部分的职场人士都非设计专业出身，也不需要靠制作 PPT 来养活自己。因此，软件使用时间的不足和设计能力的欠缺都造成了 PPT 成品的不美观。

在日常工作中这样的不美观至少体现在以下六个方面。

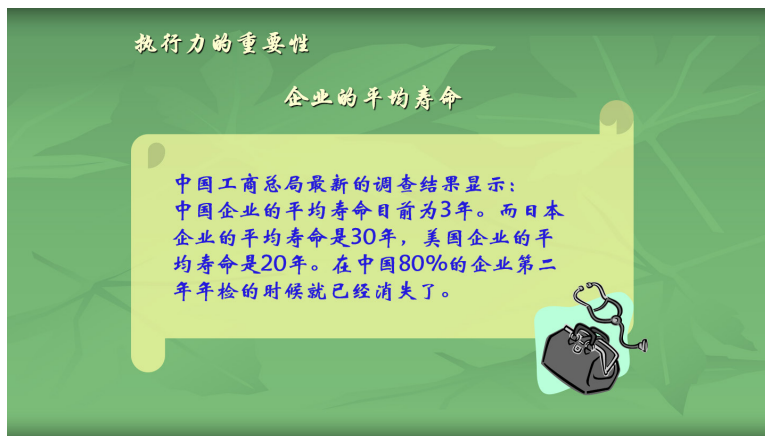
1. 文字

很多人对于 PPT 制作的理解还停留在将 Word 中的文字复制粘贴到 PPT 当中。还有讲述者对文字内容不熟悉，因此需要把大量的文字贴到 PPT 里，这既体现了内容的充实又避免了讲述时不知道说什么，可以照着 PPT 念稿，如图 0-2 所示。

这类幻灯片在页面上缺乏一个重点，需要尽可能地去提炼和浓缩它，或将其要表达的内容使用图片或图标等可视化的元素来进行表达，这样可以减少文字数量，突出重点内容。图 0-3 是对原页面进行提炼修改后的效果。

2. 颜色

制作时颜色搭配混乱，如图 0-4 所示，这种情况既有理念上的欠缺也有技法上的不足。一方面制作者明白重点的内容需要用不同的颜色给它标注出来，另外一方面对多个需要强调的内容却无法很好地匹配颜色，从而导致了页面五颜六色。



· 图0-2



· 图0-3



· 图0-4

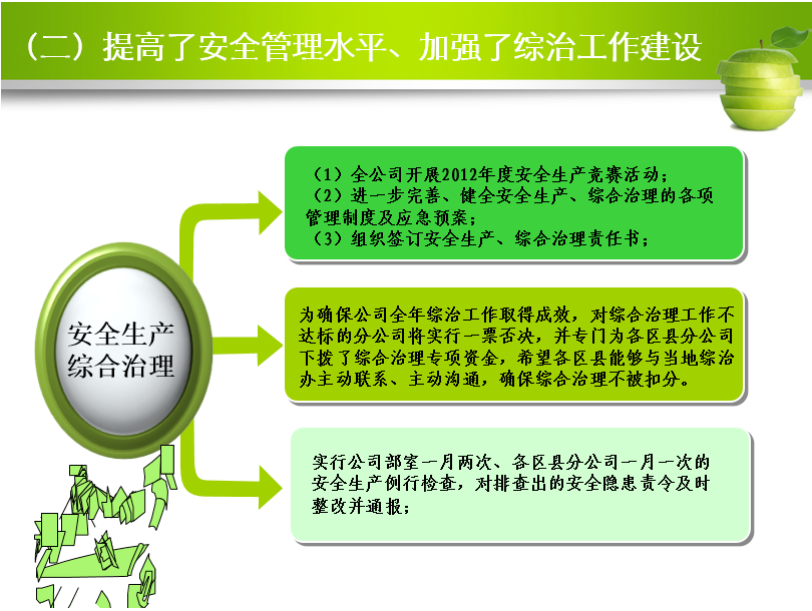
PPT 制作中应尽可能地控制颜色的数量，这样不仅能让页面看起来简洁、干净，更能够突出文字所想要传递的信息，如图 0-5 所示。如需要多种颜色搭配，应当参考专业的色卡。



· 图 0-5

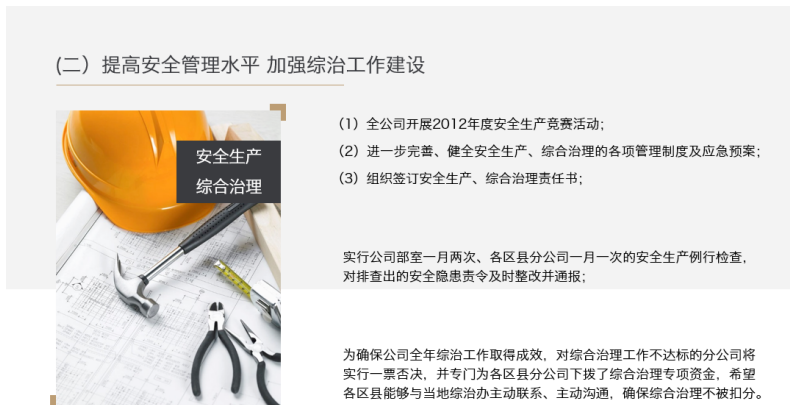
3. 模板

模板可以帮你快速完成一份 PPT，但使用时往往存在制作者将网上下载的各种不同的模板拼凑成一套 PPT 的情况，如模板风格比较陈旧则会导致 PPT 在一开始制作就缺乏美感，另外不同模板里的图解、图示放到一起也存在风格不统一的问题，如图 0-6 所示。



· 图 0-6

PPT 模板很大程度上决定了整套 PPT 的风格。如果制作 PPT 过程中非要套用模板不可，也尽可能在演界网这类专业 PPT 模板平台上选择同一类型的模板进行下载，这样元素的样式、颜色都会得到统一，如图 0-7 所示。



· 图0-7

4. 排版

人的视觉习惯是从左往右进行阅读，当一个版面出现多个在纵向和横向上分散无序的元素时，就会造成视觉上的混乱，这个时候人的眼睛就会不断地进行左右来回扫描寻找视觉焦点，这会造成一种杂乱无章的感觉。如图 0-8 就显得杂乱。



· 图0-8

制作 PPT 是在一张白纸上来进行创作（起始为纯白色背景），当元素逐个被添加到页面上时，很难凭肉眼去判断元素是否对齐，这需要在制作一开始就添加各种各样的参考线，才能保证最终页面整洁。图 0-9 就是所有元素居中对齐后的效果。



5. 图片

图片作为 PPT 当中最大的视觉化元素，如果应用不得当会给整个 PPT 造成极大伤害。比如图片不够清晰、图片与所描述的文字无关、多张图片在一张页面上格式差异化太大，都会给人混乱不堪的感觉，如图 0-10 所示。



为文字配上合适的图片，不仅仅是要依托于图片素材网站，在图片的选择和格式的处理上同样是需要一定的技巧，比如用雄鹰来表示志向，用地球大气层来表示气势磅礴都是一种更深层次上意向的代表。高清大图会带来意想不到的好效果，如图 0-11 所示。



—— 走 进 中 国 自 贸 区 ——

主讲人：林靖

· 图0-11

6. 动画

PPT 中究竟应不应该使用动画？有些人不喜欢 PPT 动画很大一部分原因是制作者对页面元素使用了单一的动画效果，这样就会让整个动画看起来比较呆板或者混乱，比如有几行文字需要展示，结果每行都使用打字机效果进行展示，再比如在页面上的多个文字从不同的方向不停地飞入。

PPT 动画效果也应遵循物体运动的一般规律，给同一元素添加多种动画会形成效果比较丰富的感觉。越正式的场合动画效果越少（甚至没有），只起到过渡和提示的作用即可。

0.2 本质：PPT 设计就是展示设计

如果没有 PPT，工作还能不能开展呢？当然可以，PPT 只不过是某种情境下人与人之间沟通的工具。我们进行 PPT 制作，都是为工作汇报、项目提案、年终总结、方案竞赛这些具体的商务演示任务服务，没有人会去无缘无故地做一份 PPT。

工作中对 PPT 总是要求又快又好，因此一个合理的设计制作流程就十分重要。如果你不经常做 PPT 或许有过这样的制作经历，你先是在百度里敲了“公司介绍 PPT”，发现了很多好看的模板，接着重复以下动作“打开网页——下载模板——关掉网页”，直到你觉得模板够多了，然后打开一个还不错的 PPT 模板，再打开 Word，将以前写过的公司简介粘贴复制进 PPT 模板里，然后又将其他模板里漂亮的图示图形也复制进第一个 PPT 模板里。

可是这个行业里的那些经验丰富的人往往告诉你关掉电脑，为什么呢？

如果一项 PPT 制作任务非常紧迫，要求你 20 分钟制作完成 50 页，那么你套用模板然后把所有的文字粘贴复制进去是无可厚非的。但是如果你有充裕的时间，就应当把整个设计任务想

清楚了再动手。可按照以下流程来进行设计制作：

（1）任务分析。先想想是因为什么事而做 PPT，讲多久？讲给谁听？他想听到什么？

（2）内容处理。要做的 PPT 是已经有完备的资料，还是只是脑海当中一些零散的想法，如何理顺内容并把它们导入 PPT？

（3）风格确定。在最终的演示中你想带给听众什么样的感觉，是激情澎湃还是专业严谨？这都和风格有关系。

（4）版面设计。文字如何变换为图形，变换后的元素如何放置才能看起来舒服？

（5）动画优化。如何让画面不再呆板，如何用动画表示内容之间的逻辑？

其中版面设计包括了图形和版面两部分。本书的后面六章将对这些内容逐一进行讲述。

◀ 01 任务分析，幻灯片永远服务于沟通任务 ▶

一个 PPT 的制作需求一定源自一次真实的使用需求。在这种需求下，我们既不需要用 PPT 绘制一幅上千块形状组成的人物画像，也不需要 PPT 做出与 After Effects 一样强大的运动动画，我们要的是又快又好地完成一场精彩的演讲。

俗话说“磨刀不误砍柴工”。为了“又快又好”，本章先把用途、目的、听众、环境这些问题弄明白。这些看似与 PPT 设计八竿子打不着的东西，其实对后期的设计影响极大。想必你一定遇见过 PPT 在放映时字体丢失、比例变形，或是自己讲得热火朝天但听众却昏昏欲睡的情况，这些都可以归结于以上工作的不到位。

- 用途：在做之前弄明白你要做的 PPT 大致会是一个什么模样。
- 目的：不是为了做 PPT 而做 PPT，更深层次地问自己你想让听的人干什么。
- 听众：考虑听众的需求，就好像厨师使用现有的食材依照食客的喜好做出美味佳肴一样。
- 环境：明确最终的使用场合，从一开始就让设计与情境相融合。

前两点可以看作是 PPT 制作向内的一种思索，后两点则是向外的一种考量。唯有两者结合得当，最后的效果才能更完美。

1.1 用途：千万种用途都可以归为两类

在这个年代，最好的展示工具无疑是 PPT。

例如，一家公司的高层管理者需要在大型会议上让中层管理者将公司未来的发展方向和下一步工作传递给基层的员工。这时通过 PPT 则可以将准确的信息要点直接地传递出，从而大大地缩减信息传递过程中的误差和不可控性。有时信息传递的错误往往是企业内部运营的最大障碍。

本节列举了一些最常见的 PPT 用途，并简要阐述各自的特点。

1.1.1 工作汇报

这是每个人都不陌生的用途。假设你是一名企业的员工年终时需要做年终汇报 PPT。还有可能你是一位项目负责人，需要不定时地通过项目进度汇报 PPT 向上级讲述工作进展情况。抑或你是某家上市公司的高管，公司委派你和其他五名高管一同脱产培训了一个月，则你有可能需要做一份学习情况汇报的 PPT。

以上这些都是发生在我身边的真实工作任务。这类用途的 PPT 一般对设计的要求不会太高，一般会有企业固定的 PPT 模板可供使用。因为是对内且正式场合，所以在颜色搭配上也不要太艳丽，中规中矩即可，文字较多，版面只要对得齐一般都不会出什么大状况。图 1-1、1-2

展示的个人工作总结 PPT，只使用了单一的蓝色，只选择了一种字体，整个画面显得比较干净。



· 图 1-1



· 图 1-2

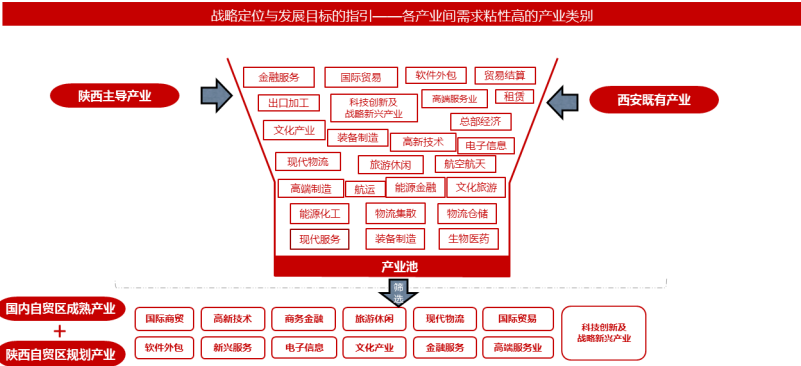
1.1.2 咨询提案

每一个身在乙方单位的人和咨询提案类 PPT 绝对是老熟人。你可能是某个地产公司的项目经理，现在需要为客户的商业地产项目制作一份咨询方案。你还有可能是一家国内知名设计工作室的首席设计师，现在需要通过设计提案向甲方讲解你为其公司设计的最新 Logo 以及设计理念。这些最终都会以 PPT 的形式出现在甲方面前。

这种类型 PPT，在制作时基本由团队协作完成。以地产策划方案为例，团队中会有人负责资料、数据的收集，有人撰写项目定位规划，有人计算投资回报，最后拼凑成一份完整的 PPT，再由一位内在知识储备和外在仪态都十分出色的人进行讲述。

这种类型的 PPT，定稿后一般都会装订成册，作为工作成果交付给甲方。这种类型 PPT 在设计上具有文字较多的鲜明特点。根据实际需要，有时会因后期的阅读需求而将内容尽可能地完整地填充到页面上。图 1-3 是国内某自贸区规划方案中的一页，页面在视觉上显得比较满，但文字具有逻辑引导和推论的作用。

基于区域的自贸区适应性产业发展筛选

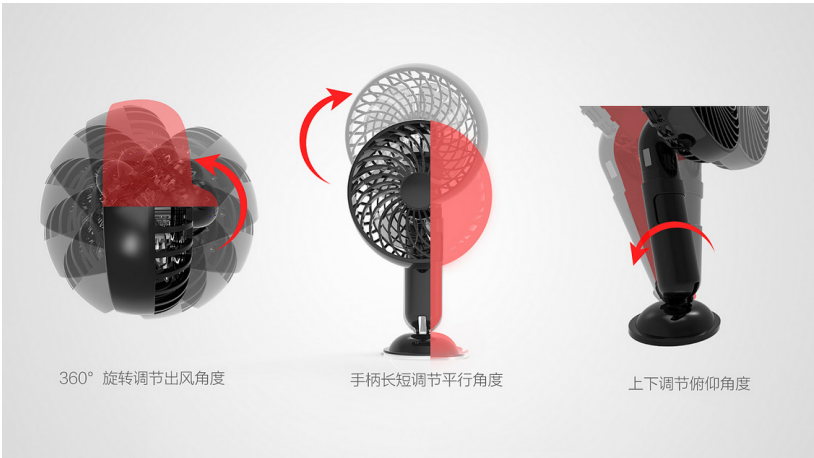


5 · 图 1-3

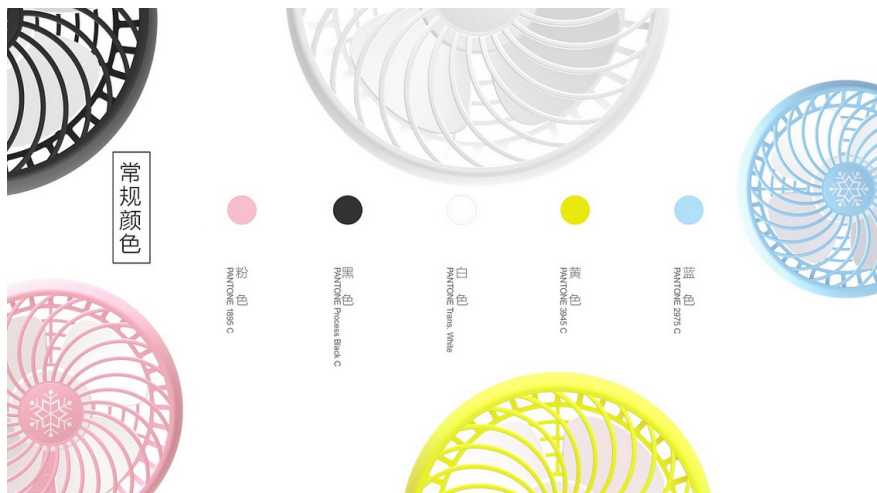
1.1.3 产品讲解

在没有 PPT 以前，销售人员向顾客讲解产品需花费一番力气，特别是那些无形的产品。有了 PPT 以后，一名销售人员可以将产品的所有信息通过电脑展示给客户，特别是在有了智能手机以后这种展示变得更加方便。比如你是一名广告公司的业务经理，你可以在手机上通过 PPT 将某个路段、某个点位的单立柱或灯箱广告位直观地展现在客户面前，而不必再去现场。假如你是一家银行的工作人员，你可以在顾客答谢会上通过 PPT 将最新的金融理财产品信息告诉客户。

这一类型的 PPT 很大程度上避免了实地、实物演示的不便，对于无形的产品也能以电子稿的形式进行讲解展示。在设计上最重要的是，图片一定要清晰、精美。这就好比从淘宝网店看似买的是衣服，其实买的是图片。图 1-4、1-5 是 Mini 风扇的产品 PPT，通过对风扇的图解可以更快速地说明其功能。



· 图 1-4



· 图 1-5

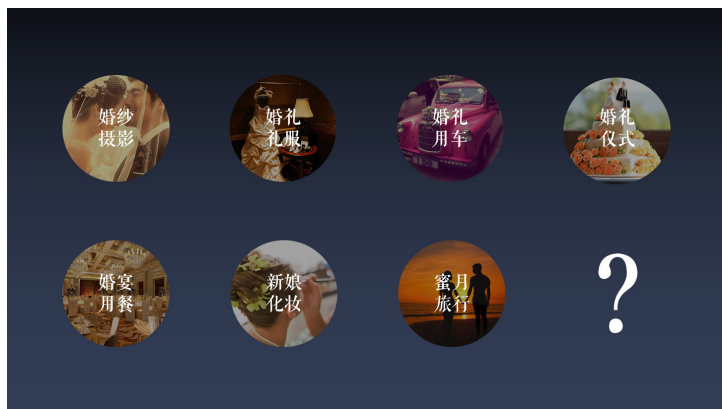
1.1.4 宣讲推介

这类场景你可能是一家企业的创始人，现在需借助一份企业介绍的 PPT 进行路演，从而推介公司和项目。你也可能是某地的招商局负责人，需要向其他地区的企业家介绍当地近年来的发展和投资优惠政策。还有，那些科技行业的发布会所使用的 PPT 也属于这类。这时 PPT 就不仅仅是讲产品、讲项目，很大的一部分作用是对外宣传。

这类 PPT 的讲者往往是不会做 PPT 的，所以在制作时最需要注意的是，PPT 的制作者能否理解讲者想要表达的内容，并很好地展现出来。图 1-6、1-7 为商业项目的招商推介会所使用的 PPT 页面，这种类型的宣讲对图片的清晰度有非常高的要求。



· 图 1-6



• 图1-7

1.1.5 企业培训

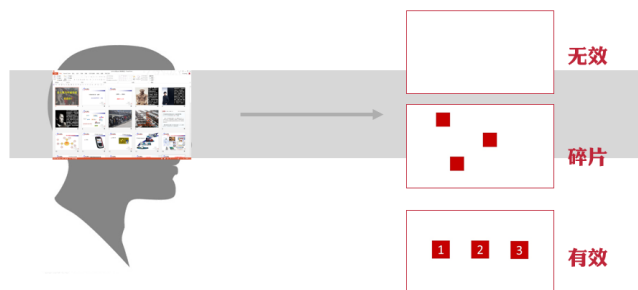
这类 PPT 在制作时需要注意页面内容的把控。PPT 培训课件是成人教学的引导工具，而不是阅读工具，应尽可能将内容浓缩，把页面重点放大，可以考虑把其他内容以文字资料或讲义的形式发给听众。图 1-8、1-9 为一次沟通培训的课件，页面中的文字只是辅助老师吸引注意力，更多的内容还在于培训师的现场讲解。

管道理论假设你和观众之间有一条畅通无阻地通道



• 图1-8

事实上，观众并没有自动接收你信息



• 图1-9

以上列出了在商业环境中 PPT 最常见的 5 种用途。每一种用途依据实际的工作需要又有很多的细分。但即使有千万种用途，也可以把它们归为两类：演讲呈现与汇报交付。前者可以看作是辅助沟通、交流的工具，后者可以看作是工作成果展示的工具。

1.2 目的：告知与说服后听众会有哪些举动

有句老话说“既要低头拉车，也要抬头看路”。看路，在很大程度上是为了避免自己偏离方向，忘了自己拉车的目的地是哪里。做 PPT 也是如此，最怕在开始就一头扎进制作任务里。为什么要做 PPT，讲给谁听，类似这样的问题没有搞清楚就开始制作，看似动作迅速高效，实则是白忙活。

下面明确一下使用 PPT 的目的。总体来说无外乎两种：告知或说服。

1.2.1 告知与说服

当目的是告知时，你扮演一个信息传递者的角色。比如，ERP 系统的开发工程师向客户讲解软件的操作使用方法，企业的中层管理者向上级汇报外派半年的学习心得，企业的 HR 给新员工做人职培训介绍公司规章制度，这些情况下使用的 PPT 都可以看作是告知型，PPT 里需要保证的是信息清晰、准确。当然，如果讲述人能风趣幽默地传递出去那就更好了。

当目的是说服时，你就变成了一名倡导者，宣扬某种理念或宣传某个产品，这其中仍然需要告知一些信息，但主要的目的在于让听众认同你的言论，并且行动起来。比如，手机厂商通过发布会向外传递产品信息并产生广泛的传播，创业者向投资人介绍自己的项目并获取投资，咨询顾问向甲方讲述方案并获得认同，这些情况下使用的 PPT 不仅要信息翔实，更重要的是有一套说服别人的逻辑。

将以上叙述对照我们的日常工作，会发现工作中的大部分时候告知和说服是同时发生的，可以将目的归结为简单的一句话“把……的情况 / 信息 / 现状告知某某，说服某某来……”，但这样的表述还是不够清晰，还需要对它进一步细化，直至变成演讲的 B 点。

1.2.2 演讲的 A、B 点

倘若把听众在听你演讲前的状态看作 A 点，那么这时他们一定是缺少信息、充满疑虑的，甚至是充满抵触情绪的。而我们想让他们理解、支持自己，并行动起来满足双方的需求，这就是演讲的 B 点。这个点一定是一个双赢的点，如果对方投资了你，他也一定能获利，重点是如何将你的目的描述成听众的“好处”，即“和我有啥关系？”

如果演讲没有 B 点或缺少一个明确的 B 点会是什么样子？举个例子，你准备向投资人介绍自己的创业项目，现在你写下的目的是“把项目的背景、现在的发展状况以及公司的团队介绍给他，说服他进行投资该项目”，这句话显然没有错，但如果对方投 1 块钱你算不算达到目的呢？如果对方投 50 万元要求占 51% 的股份你算不算到达目的？所以，你首先应该让 B 点尽量变

得清晰一些，并且让你和听众都能从中获得好处。

在 Jerry Weissman 的 *Presentationing to Win* 和 Cliff Atkinson 的 *Beyond Bullet Points* 书中都引用了电影创作的工具——故事板，并提到了 A 点和 B 点的概念。

Jerry Weissman 在演讲前会用 6 个问题让自己弄清自己要讲的内容与听众利益之间的联系：

- (1) 这之所以对你很重要是因为……(由演讲者来填补空白)
- (2) 这对你意味着什么？(由演讲者来解释)
- (3) 我为什么要告诉你这个？(由演讲者来解释)
- (4) 谁在乎这个？(你不得不在乎，因为……)
- (5) 那又怎么样？(那就会……)
- (6) 然后呢？(然后，你将得到一个好处……)

从以上的问题可以看出，听众才是我们任务分析的关键。这就不得不说说下一部分内容——听众，对于一次演讲设计与制作的影响。

1.3 听众：听众的需求才是内容与设计的需求

假设你是一位律师，在股权变更、企业重组方面有着多年的实操经验，以前为一家大型国有企业的相关人员讲解过企业兼并重组中的法律风险。现在，你再次受邀为高层管理人员进行讲解，你是准备将以前讲过的 PPT 改改拿来继续用，还是咨询一下这些高层管理人员的相关情况再着手准备 PPT 呢？如果咨询你都会问些什么呢？

在演讲的一开始，问问自己对听众是否了解，这样可以避免以“我”为中心，将自己想讲的内容和预判中听众可能想听的内容（听众的问题、疑虑）更好地结合起来。这并不是一味地取悦听众，而是建立一个评估该次演讲的标准。这同时也防止了在准备时不由自主地按照自己的喜好与经验来准备内容，或者是在现有的 PPT 上简单修改就用来演讲。

举个例子：某保险公司研发了一款新的寿险产品，总部会将产品的信息以 PPT 的形式分发至全国各子公司，同时会由培训师向一线销售人员讲解产品知识。一线人员面向顾客销售时，如果使用只是做了简单修改的总部 PPT，这种针对性就差了很多，因为用途（培训——销售）、目的（讲解知识——说服购买）、听众（销售人员——顾客）都发生了变化。相同内容向不同听众展示时，PPT 需根据听众的关注点进行设计，以免最终的效果不如人意。

对于听众的分析一般会涉及基础分析和具体分析两种，有时还会使用到一些分析工具。下面为大家一一介绍。

1.3.1 听众的基础分析

1. 人数

一场科技产品的发布会在视频网站上可以达到百万级的播放量，而方案汇报基本只面向 10 人左右。人数之间的差别会直接影响到演讲的内容、方式以及 PPT 的使用。当人数不断增多时，为了让 PPT 能够被看见、看清楚，则不可避免地要对内容进行删减及放大，并且人数越多演讲方式越要正规（此处的正规，是相对于私下聊天朋友交流式的讲话）。

2. 年龄

每一代人都有自己的审美标准。当 PPT 审美标准和听众的一致时就会让你的内容变得更加容易接受。否则，即便内容优质，只要在形式上有所不妥也会变得让人难以接受。所以，文字内容应尽量按照听众可以接受的方式来设计。

3. 行业

当听众与你所处同一行业时，你所讲的内容他们会很容易接受。如果行业跨度比较大，听众对于你所要讲的内容很有可能是一知半解，特别是讲述一些新概念、新技术时，你不能够假定他们都知道你的意思，为避免太过于专业化，以确保你说的那些非专业的人士也能听得懂，因此 PPT 里需要用图片、图示将那些抽象的概念展示出来。

4. 职位

如果把 PPT 演示比作一次商务宴请，则有必要知道其中谁是最重要的嘉宾，在日常的方案汇报或咨询提案中，决策权掌握在谁的手里，是职位最高的那个人吗？对于你来说，搞清楚他的需求是什么并在 PPT 里突出这部分内容就显得很重要。

1.3.2 听众的具体分析

1.3.1 节中的四条可以看作是对听众浅层次的基本了解。如要对听众做深层次的具体分析，还需要思考以下几个问题。

1. 听众对你所讲的内容感兴趣吗？

毋庸置疑，无论你是受邀演讲，还是收取报酬去提供咨询或培训服务，听众不一定会对你要讲的内容感兴趣。例如，周五下午的培训，听众对于和朋友聚餐的兴趣就一定大于你的培训主题。如果听众缺乏兴趣，你要做的就是最大限度地激发他们对于该主题的注意力。如何去激发呢？这就是前面说的——听完了你讲的内容对他有什么好处？

2. 你所讲的内容与听众有什么利害关系？

在你所讲的话题里，这些听众面对的最迫切的问题是什么？以 PPT 为例，对于普通的员工来说，他们在意的可能是如何快速地制作一份精美的 PPT，不要再熬夜加班。而困扰企业管理

者的问题可能是，自己的想法意图无法被下属很好地理解并制作展现到 PPT 里。

如果制作者从一开始就找准了让听众彻夜难眠的问题，并且给出了合理的解决办法，而不是一味自顾自地讲述产品的功能、新潮的概念，那么听众一定会被你打动。

3. 听众会如何看待你本人？你的观点他们是支持还是反对？

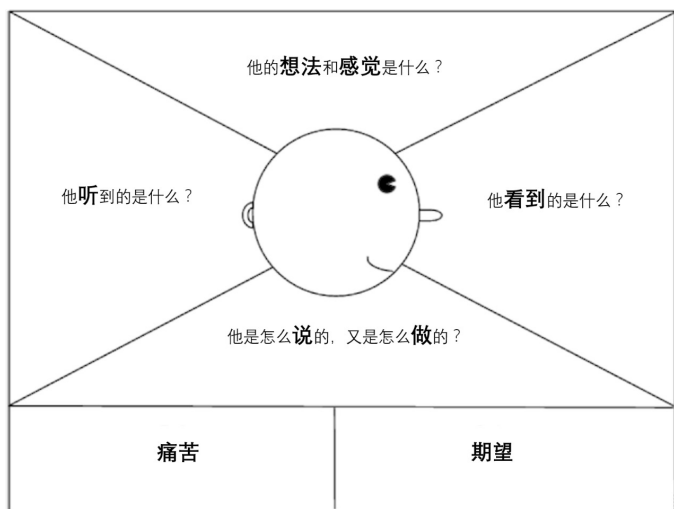
不得不承认，越知名的人讲话的说服力会越大一些。但即便是马云站在台上演讲也还是会有人持不同意见，如果你的听众说“不”你该怎么办？

当你不那么知名时，听众对你会有先入为主的态度。而这种态度一般会来自你的着装、谈吐和 PPT，这些都是可以让你与听众快速建立信任的工具。当他们觉得你的可信度（ethos）高时，自然会积极地接受你发出的信息。

1.3.3 听众分析的工具（移情图 Empathy map）

早在两千多年前，亚里士多德在他的《修辞学》一书当中就提出 Pathos、Ethos 和 Logos 是决定演讲成败的关键因素。其中，Pathos 是指演讲者与听众的情感、欲望建立联系的能力。今天的英语中很多单词都与 Pathos 有关，比如 Empathy（移情）、Sympathy（同情）。由此可见，当演讲者能够激起听众的感情时，劝说他们就会变得更加容易。

在这个强调用户体验的时代，移情通常用于塑造模型，以对关键客户群体进行翔实的分析。通过这种分析，可以深度地挖掘他（或她）们所想、所关心的，以及做事的动机。这个工具可以帮助你超越客户的基本信息特征，更好地理解他们所处的环境、行为、关注点和愿望，设计出更符合他们利益的内容。在 Dave Gray、Sunni Brown 和 James Macanufo 合著的畅销书 *Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers and Changemakers* 中，描述了如何绘制移情图，如图 1-10 所示。



· 图1-10

(1) 在纸中间画一个大圆，给它添上眼睛、鼻子和耳朵，使得它看上去像一个脑袋，在上面标上一个名字。

(2) 在周边区域分别填上看到的、听到的、想法和感觉到的、如何说、如何做、痛苦和期望。

(3) 站在这个人的角度，从“看到的”开始把所有区域内容都思考一遍，描述他的经验和体会。

1. 他看到的是什么——描述听众在他的环境里看到了什么？

- 环境看起来像什么？
- 谁在他周围？
- 谁是他的朋友？
- 他每天接触什么类型的产品或服务？
- 他遭遇的问题是什么？

2. 他听到的是什么——描述客户所处环境是如何影响听众的？

- 他的朋友说什么？他的配偶说什么？
- 谁能真正影响他？如何影响？
- 哪些媒体渠道能影响他？

3. 他真正的想法和感觉是什么——设法概述你的听众所想的是什么？

- 对他来说，什么是最重要的？（他可能不公开说）
- 想象一下他的情感，什么能感动他？
- 什么能让他失眠？
- 尝试着描述他的梦想和愿望。

4. 他说些什么又做些什么——想象听众可能会说什么或者在公开场合可能的行为

- 他的态度是什么？
- 他会给别人讲什么？
- 要特别留意听众所说的内容和他真正的想法与感受之间的潜在冲突。

5. 这个听众的痛苦是什么？

- 他最大的挫折是什么？
- 在他和他想要的事物或需要达到的目标之间有什么障碍？
- 他害怕承担哪些风险？

6. 这个听众想得到什么？

- 他真正想要的和希望达到的都是什么？
- 他如何衡量成功？
- 猜想一些他可能用来实现其目标的策略。

一张移情图会帮助你或你的团队与核心客户之间实现情感上的共鸣。

1.4 环境：呈现环境决定了设计与制作

无论 PPT 制作得多么精美，都需要考虑演示环境的限制。就在写下这段文字的前一天，我的一位朋友要去西安的高校进行大学生职业规划的培训，可是令他头疼的是学校电脑上的 Office 软件是 2003 版的，这迫使他不得不将 PPT 转换成低版本，很多的演示内容都需要重新设计展示效果。

对于演示环境的考量主要从以下几个方面着手。

1.4.1 场地

一次演讲的成功与否受场地影响很大。无论场地的尺寸还是座位的摆放，都会影响听众的观看效果。

1. 场地大小

除了办公楼里的会议室外，还可能在酒店的会议厅或是大型的会议中心里进行演示。这些大小不同的场地，直接决定了你是否需要搭建舞台，而舞台的大小高低又会影响屏幕。

另外，如场地过大则会显得很空旷，不利于沟通。在现场的氛围把控上，需要演讲者使用很多技巧。碰到这样的情况，有经验的演讲者会尽量邀请听众都坐到靠前的位置，便于演讲者和听众的沟通互动。如果碰到场地过小、过于局促的情况，应尽可能长话短说，否则在这样的环境待久了，演讲者和听众的效率都会下降。

2. 场地座位

一般有 4 种类型——剧场型、会议型、课堂型和岛屿型。

(1) 剧场型，如图 1-11 所示。常见于各类大型的产品发布会、行业大会等，最经典的就是乔布斯的 iPhone 产品发布大会。这样的大空间不太适合开展一对一的互动问答，所以演讲者必须事先做足功课，确保 PPT 有观点、有内容，视觉设计有冲击力，避免文字太小，并且最好使用深颜色作为背景色，以提升演讲的舞台效果。

(2) 会议型，如图 1-12 所示。这是职场中最常见的一种位置安排，既可以由演讲者来主导 PPT 和进度，也可以由演讲者激发听众的讨论，听众可以比较方便地与各个位置的其他参会者进行讨论互动。

(3) 课堂型，如图 1-13 所示。培训型 PPT 的座位布置常用课堂型会场。这样的布置比较适合演讲者（如老师）和听众（如学生）的互动，演讲者可以提问、与听众进行互动。但是听众之间的互动不太容易开展。所以，如果你要准备一场头脑风暴或者集思广益型的讨论，这样的座位布置就不是最合理的，岛型座位安排更适合。



• 图 1-11



• 图 1-12



• 图 1-13

（4）岛屿型，如图 1-14 所示。这样的座位布置比较适合既需要演讲者和听众之间有互动，又需要听众之间有互动的场合，比较容易激发大家的讨论、头脑风暴，集思广益地讨论并解决问题。



· 图1-14

1.4.2 软硬件设备

每次演讲开始前都应该有一份设备核对清单，以确认软件和硬件满足演讲的需求。

1. 电脑

确认制作 PPT 的电脑和最后播放的电脑是否是同一台。如果不是，需要确认最终用于播放的电脑上所安装的软件型号、版本是否和制作电脑上的相同。如果不同，是否需要转换成 PDF 文件。

PPT 里所包含的特殊字体，在播放电脑上是否有安装，如果没有安装则需要嵌入或复制字体。

2. 播放媒介

如果使用投影仪，则需确保投影仪灯泡工作正常没有色差，以免 PPT 变色，影响内容观看。另外，与投影仪相对应的幕布的比例尺寸需要确定。PPT 究竟做成 16 : 9 还是 4 : 3，应按照幕布的比例而不是个人喜好。如果在 LED 屏播放，则更需要确认屏幕尺寸，以免 PPT 变形比例失衡。

还需注意的是，电脑和播放媒介之间的视频线究竟是 VGA 线还是 HDMI 线。每种线在相同屏幕上输出的画面大小都不一致。

3. 其他设备

麦克风（手持麦还是座麦有无线）、翻页笔（如果是 LED 屏则需要使用绿光笔）、音响、WiFi 等。

1.4.3 时间段

人的精力充沛程度在早、中、晚不同的时间段都不一样：早上会精力比较旺盛；下午和晚上会精力不足，容易出现注意力涣散、犯瞌睡的状态；午饭前后，因为饥饿和进食后缺氧也会出现走神的情况。这些对于演讲者来说都需要花一番功夫去应对，常见的方法有：

1. 游戏互动

可以先讲一个和演讲主题相关的趣闻轶事，或者做一个与演讲主题相关的简单小游戏。通过这样简短的热身，听众的注意力和兴趣会被激发起来，开始进入聆听演讲的状态。

2. 提问奖励

人们都害怕回答问题，因此你的提问会带给听众一种惴惴不安的心理感受，这种感觉当然不好受。但如果你给出一份奖励或许能减缓这种感觉。奖励的物品小到一个棒棒糖，大到一部手机或是更贵重的物品，都可以将听众的注意力拉回来。稀有的物品会更加激发大家的兴致。

3. 快速收场

如果你演示时使用的实际时间比预定的短，听众绝对不会抱怨。但是如果你超时了，他们就会认为你拖沓。提前几分钟结束演讲，给予听众提问的机会。如果提问的人很多，则说明你的演讲很成功；如果没有问题那就赶快结束——一般这个时候听众的忍耐已经到极限了。

1.4.4 时长

在这个有事说事的年代，已经没人愿意听你絮絮叨叨地说个没完。如果你是一位演讲嘉宾，你的演讲时长早已经被主办方固定好了；如果你是一位方案的汇报者，该次汇报大概会讲多久在你心里也要有数，并且记住，占用时间越短越好。如果在一个小时之内你还不能让观众了解信任你，那么再多给两个小时你也未必能做得好。

1. 用时分布

你不可能在有限的时间里把你知道的所有内容都告诉听众，因此，首先需要依据时间的长短对演讲内容做出取舍，然后再将时间的使用进行一次分配。比如 8 分钟的演讲，可以划分为开场介绍 1 分钟，案例导入 2 分钟，案例分析 4 分钟，回顾总结 1 分钟。

2. 时长把控

为了避免超时带来的负面的影响，可以通过 PPT 的演讲者模式、提示器、手机闹钟或者是现场的提示者等各种外在办法来提示自己。当然，最佳的办法还是通过排练来提高时间的敏感度。现在很多演讲组织或社群都在这样做，比如 TED、PechaKucha、Toastmasters。

- 在 TED 官方网站上大约有 1000 多段标准的 16~18 分钟的演讲。除了利用现场提示器以外，每位演讲者都经过多次排练来提升自己的时间掌控感。
- PechaKucha 对时间的把控更为苛刻。每个演讲者 20 张幻灯片，每张幻灯片 20 秒。每位讲者有 6 分 40 秒的时间来阐述自己的想法和观点，避免冗长。
- Toastmasters。在演讲活动中设有时间官一职，他会演讲者的用时进行记录，并且会用 3 次提醒来告诉演讲者演讲的剩余时间。这种经年累月的训练会提高时间的敏感度。

◀ 02 内容处理，避免出现“幻灯文” ▶

第1章讲述了任务分析,那么现在是否就可以打开电脑开始制作PPT了呢?我想说的是——不要急。

要完成一次精彩的演讲,关键因素是组织好内容。在设计精美的情况下,优质的内容会让人在赏心悦目的同时获取到有价值的东西。但如果是劣质的内容,则会给人造成一种看起来还不错的假象。“最厉害”的演讲者——PPT美轮美奂、嗓音富有磁性、举止恰到好处,但就是在他高谈阔论了一个多小时后,你依旧不知道他要说的主题是什么。

Duarte在《演说论》一书中说:做一张普通的幻灯片很容易,但要明白那样有可能会损害你的职业生涯。培养做幻灯片的能力,同时也是在培养可视化表达的能力,千万别因演说自毁前程。

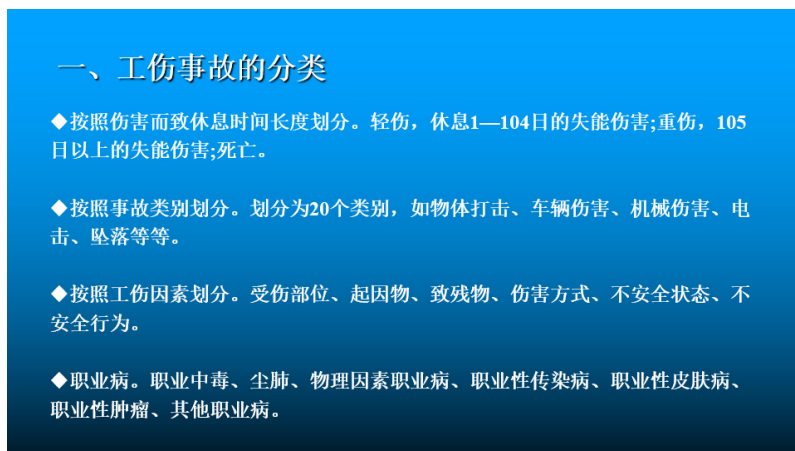
本章将从以下几个方面介绍该如何处理PPT的内容组织:

- 文稿。将一些成型的文字材料交付给你,你该如何处理它们。
- 想法。星星点点的想法一定是始于右脑终于左脑,先是跳跃思维然后是逻辑思维。
- 导入。把文稿或想法导入最终的演示工具PPT。

文稿和想法是内容的两种常见形态。前者是已经按照一定逻辑组织的、可进一步加工的资料;后者则是最原始的灵感状态,需要多次转化最终以PPT的方式一目了然地呈现。

2.1 文稿:完整的文字稿需要提炼浓缩

实际工作中,经常遇见演讲者把文字大段大段放进PPT的情况。《演说之禅》的作者Garr称这种PPT为“Slideuments”,即“幻灯文”的意思,如图2-1所示。



• 图2-1

这种情况中，每个页面里都填塞进去了很多内容，PPT 被当作一个大号提词器。出现这种情况是因为我们被一个观念所误导：要让别人理解一件事应该把所有情况都告诉他，这样对于他来说可以更全面地掌握信息，对于自己来说也可以显得工作认真负责。工作中有数不清的人为了让工作显得认真负责，活生生把十几页的幻灯片变成了几十页。

堆砌内容已经成为幻灯片制作中的一种常态，这种做法就如同你将搜罗来的一大堆自行车零件不加组装地扔给听众，告诉他们这就是自行车。这种情况每时每刻都在发生着，小到几百纸的汇报，多到几百页纸的报告。

为了避免“幻灯文”的出现，需要对内容进行可视化的改造。这需要将已有的文稿通过划分层次、提炼大纲、调整逻辑、寻找重点、图解文字这 5 个步骤进行处理。前 3 步可以看作是在大纲层面对文稿进行处理，后两步则是在段落层面明确文字之间的关系，为文稿转换成 PPT 做准备。

2.1.1 划分层次

工作中，经常遇到别人给你一份文件或报告，需要你依据它做一份 PPT 的情况。现在用一个简版的年终汇报来说明具体要做哪些工作。假设你是某家企业的人力资源负责人，在年终时要进行述职汇报，你手头有一份近 2000 字的文稿。

如果文稿的内容不是你所写，拿到这份文稿后你的首要任务是仔细阅读全文，尽快熟悉内容，然后在 Word 里将关系密切、意思相近的段落用相同的颜色标注出来（如果是纸质文稿那就用笔划分），如图 2-2 所示。

这里的每一种颜色对应 PPT 中的一大章，而每一种颜色下所包含的小段落就是在该章节下的内容。

划分层次并无绝对的标准，但有一点需要注意：如果同一种颜色在不同段落交替出现，在后期处理时需要将相同颜色的文字合并在一起。比如一份项目报告，在第 5 段讲述了项目相关的财务情况，在第 30 段又讲述和财务有关的内容，那么不管在原报告中两段的次序如何，在划分时应该将它们用相同的颜色标注出，并在后期归结在一起。

之所以会有上面的操作，是因为 Word 的使用情境和 PPT 并不相同。阅读 Word 的人可以在内容中自我导航，即一份 Word 文稿在阅读时如有哪里不清楚可以翻回去重新查看；但是 PPT 在播放时却是以一种线性的方式在展示——一张一张地看，如果将意思相近的内容在前后交替、重复讲述，则会让听众产生一种混乱感。想想平时公司开会时难道不是经常出现这种情况吗？听众可能会走神，可能会打断你要你进行解释，或者暗自猜测前后内容之间的关系，这主要是因为你没有尽到演示导航员的职责。

2016 年人力资源管理年度工作总结

2016 年，是收获的一年，是我们飞速发展的一年，在公司领导的正确领导下，我们在进一步做好人力资源基础性工作的同时；加强定岗定员、人力资源培训与开发、人力资源管理信息化和人力资源管理制度建设；不断开拓人力资源视野，把握人力资源动态。为了总结经验，发扬成绩，克服存在的不足，现将 2016 年度人力资源管理工作做如下简要回顾和总结。

组织制度建设，积极落实原有人力资源管理制度。根据新劳动法的实施，针对员工管理相关制度做了部分修订，同时组织各部门、车间相关人员进行培训，做好新修订文件的落实工作。

规范了各部门的人员档案并建立电子档案，严格审查全体员工档案，对资料不齐全的一律补齐。做好新进员工和辞职员工的劳动合同签订和解除工作，并做好整理归档，做到有凭有据。

员工从进入公司到岗位变动，从绩效考核到批评处分，从日常考评到离职，人力资源部都按照文件的程序进行操作，采取就事不就人的原则，对员工提供尽可能的个性化的服务，希望能达到各项工作的合法性、严肃性，使员工处处、事事能透过与员工切身利益相关的活动来感受公司的“以人为本”的关心以及制度的严肃氛围。

暂未满足企业的发展需要，包括公司内部和外部的培训，全厂 200 余人共参与培训 800 余人次，其中主要培训内容有三级安全教育、企业安全生产和道路交通安全知识、能源统计、特种作业培训、特种作业复训、安全管理人员复训、水泥行业统计培训、职业病防治、烟煤的分析测定、会计上岗培训等培训。

绩效考核管理根据公平、公正、公开的工资管理办法，积极完善公司原有的绩效考核办法，严格落实考核制度，重点考核产量、质量、电耗、煤耗、费用、安全、环保、卫生及其它工作质量。

1、根据年初预算确定吨工资目标，控制工资成本，采用产量吨工资×考核分，确定当月考核工资。据统计 2016 年 1-12 月人均工资 2120 元，同比增长 6%。

2、积极做好职工的社保、公积金和意外伤害险等工资性费用的管理工作，确保 2016 年全年共支出工资性费用合理支出。

在新的一年里，人力资源部将继续围绕公司中心工作，克服缺点，改进方法；深入调研，掌握实情；加强管理，改进服务；大胆探索人力资源部工作新思路、新方法，促使人力资源部工作再上一个新台阶，为公司的健康快速发展作出更大的贡献。

下面根据本年度人力资源管理工作情况，结合目前公司的发展状况和今后趋势，人力资源部计划从以下几个方面开展

人力资源管理工作。根据各部门的人员需求，在确保人员编制完全控制在标准编制内的前提下，人力资源部通过内部和外聘两方面入手，做好今年的人员招聘工作。截止 12 月底，公司共有员工 205 人，公司领导 2 人，中层管理人员 14 人，行政人员 17 人，生产员工 148 人，后勤保障人员 24 人，其中中级以上管理和技术人员 15 人，初级以上 35 人。公司现有残疾员工 78 人，占全体员工的 37.9%。

全年完成内外部招聘 18 批，共招聘 31 人，并合理的进行了内部人力资源调配。由于各种原因，经统计 2016 年辞职出厂共 28 人。目前为止，公司 205 人共有 202 人签订了固定期限劳动合同，1 人签订临时劳动合同，2 人未签订劳动合同。

员工培训与开发尽管每位员工的成功标准各有不同，但追求成功却是每位员工的终极目标。因此，培训不仅是员工迅速的个人目标，是员工梦寐以求的福利享受，也是企业义不容辞的义务和责任，更是企业激励员工颇为有效的激励手段。给员工成长的空间和发展的机会，是企业挖掘员工潜力，满足员工需求的重要表现。

全年人力资源部在完成员工招聘和配置的前提下，根据各部门、车间的培训需求及企业的整体需要建立了年度培训计划，从基础的安全培训、质检培训、质量管理培训、团队协作培训、安全管理创新培训、执行力培训、企业文化培训等

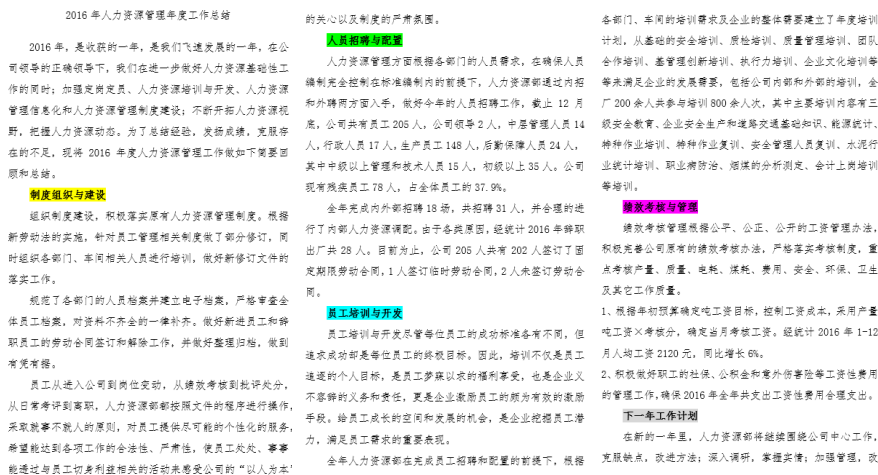
2017 年度的人力资源管理工作：

- 1、建立合法、创新的人力资源管理制度，对照新劳动合同法进一步梳理公司现行人力资源管理制度中相关内容，建立简明的工作流程、便于落地的政策措施，同时根据上级员工薪酬管理办法，结合公司现阶段薪资制度，创建开放、合法、创新式薪酬和奖金管理制度。
- 2、完成公司各部门各职位、岗位的工作分析，为人才招聘与绩效考核提供科学依据，控制企业员工总人数在标准编制内。做好员工日常工作信息的采集，完成日常行政招聘与配置。
- 3、积极推进落实 2017 年度培训计划，进一步提高企业中层管理人员的业务水平，进一步提高一线员工的专业技能，进一步提高职工的全员素质，努力打造一支“能征善战”的高素质队伍。
- 4、积极优化绩效考核制度，做到公平、公正，加强各部门工资总额考核，同时充分考虑员工福利，做好员工激励工作，做好员工职业生涯规划，培养雇员主人翁精神和献身精神，增强企业凝聚力。

总之，人力资源作为企业的核心资源将直接决定企业的核心竞争力。因此，从公司层面，要求不仅从战略上建立具有竞争优势的人力资源，更要从管理制度把人力资源各环节的日常具体工作做细、做好，从而协助公司形成企业独有的文化和氛围，提高公司凝聚力，加强公司竞争力。

2.1.2 提炼大纲

在划分层次完成后，需要根据不同段落内文字所表达的意思提炼出相应的大纲。如上面案例中的黄、绿、蓝、紫、灰这五种颜色内的文字，可以分别概括为制度组织与建设、人员招聘与配置、员工培训与开发、绩效考核与管理、下一年工作计划。在概括提炼时，尽量让文字的字数和平仄保持统一。接下来将这些文字添加进 Word 里面，如图 2-3 所示（只保留了有大纲的页面。为了便于大家阅读，也将正文部分的颜色暂时去除掉）。



· 图 2-3

图 2-3 中提炼出来的大纲都使用了小标题而非长句，主要是因为这里的大纲在后期会变成 PPT 目录页、过渡页、内页里的文字。对于目录页和过渡页来说，使用小标题可以在短时间内让听众快速掌握演讲者想表达的要点，如图 2-4 所示。



· 图 2-4

另外，如果是在内页导航上使用小标题，也不会使页面显得那么拥挤。如图 2-5 所示，将过渡页上的四字小标题置于页面顶端，并用绿色形状突出，在观看时瞥一眼即可知道讲到了哪一部分。如都使用长句则势必会让页面显得太满。



· 图 2-5

2.1.3 调整逻辑

接下来是根据小标题调整汇报的逻辑。在上述的案例中，原本的叙事逻辑是：制度组织与建设、人员招聘与配置、员工培训与开发、绩效考核与管理、下一年工作计划。这一逻辑背后的本质是人力资源各大模块，那我们是否可以调整其中一两个标题的前后顺序？答案当然是可以的！

想要设计出一个流畅有说服力的逻辑，需要掌握许多的技巧，Jerry Weissman 在 *Presentationing to Win* 一书中列举了 16 种可供选择的方案。

(1) 标准组件式 (Modular)。由一系列类似的组件、单元或者元素组成，这些单元的次序是可以互换的。场景如新产品发布会。后期如果字数不够，还可以参照案例再做增加。

(2) 编年史式 (Chmnological)。以时间线来组织概念簇，按照事件发生或可能发生的顺序反映事件。场景如，介绍某公司、产品服务、解决方案的发展历程。

(3) 实体式 (Physical)。以概念簇的实体分布或者地理位置为线索来组织概念簇。例如，全球配送公司的全球性配送网络，从美国到澳大利亚、从中国到欧洲等。

(4) 空间式 (Spatial)。通过概念的空间顺序来组织叙述结构。它根据实体化的比喻或类比，来为不同的主题建立空间性的次序。

(5) 问题 / 解决方案式 (Problems/Solutions)。围绕着一个问题以及所提供的解决方案来组织演讲。

(6) 工作议题行动方案式 (Issues/Actions)。围绕着一个或者更多的任务，以及针对这些任务你提出的行动建议来组织演讲。

(7) 机遇 / 能力式 (Opportunity/Leverage)。围绕着一个商业机遇, 以及你或你的公司为了抓住这一机遇而所具有的能力来组织演讲。

(8) 形式 / 功能式 (Form/Function)。围绕着一个核心的商业概念、方法或技术及其生发出来的多种应用或功能来组织演讲。例如, 3M 新颖低黏性胶 (形式) + 相关的多重用途 (功能)

(9) 特征 / 好处式 (Features/Benefits)。围绕产品或服务的一系列特征及其所带来的确凿无疑的好处来组织演讲。

(10) 案例分析式 (Case Study)。讲述一个你或你的公司如何解决某个特定问题或满足某个特定客户的需求的故事, 在讲述这个故事的同时, 介绍你的业务及其商业环境的方方面面。

(11) 争论 / 谬误式 (Argument/Fauacy)。故意引发对自己的案例的争论, 然后通过指出这些争论的依据中的谬误 (或指出其依据的是错误的信念) 来驳斥这些争议。

(12) 比较 / 对照式 (Compare/Contrast)。围绕着一系列对比来组织演讲, 这些对比说明你的公司与其他公司之间存在很多不同之处。

(13) 矩阵式 (Matrix)。使用一个 2×2 或者更大的矩阵来把一套复杂的概念组织成一个易读、易懂、易记的形式。

(14) 平行追踪式 (Parallel Tracks)。列出一组相互关联的概念, 并就一个信息子集深入讨论各个概念。

(15) 设问式 (Rhetorical Questions)。提问, 然后回答。问题应是你的听众心目中最希望知道的事情。

(16) 数字式 (Numerical)。列举一系列相互松散关联着的概念、事实或论据。

对于一次演讲而言, 并不存在唯一的最优逻辑结构, 大多数时候都是多种结构重叠使用的, 因为对于相同的内容, 每个人都会有自己的理解逻辑。这就好比一个房间里的人, 你可以按他们的年龄来划分, 也可以按他们的衣着来划分, 或者按他们的胖瘦来划分。这在本质上并没有对错, 重点是选择逻辑结构时考虑的因素是什么。

- 从听众的角度考虑。不同的逻辑结构突出的是一个事情的不同部分, 应选择听众关注或感兴趣的逻辑结构。
- 从工作任务本身考虑。每项工作都有其习惯性的汇报逻辑。比如: 企业宣传的一般思路是: 企业概况、愿景理念、发展历程、产品介绍、成功案例、未来规划。咨询方案的一般思路是: 项目背景、问题诊断、解决方案、实施措施。
- 从你自身的角度考虑。别人的演说套路用在你身上; 很多时候都会不太舒服。如果你讲述和你自身相关的事情, 比如竞聘演说, 你可以按照个人信息、工作经历、岗位愿景这样传统的方法来讲, 也可以直接讲竞聘初衷, 再讲岗位现在存在的问题, 最后讲自己竞

聘岗位的优势及解决办法。究竟选择哪种顺序，需要从你的自身来考虑。

2.1.4 寻找重点

现在你可以在脑海里想象一下，通过前3步你已经将一份文稿切成若干小份，并且每小份都有一个对应的主题，这些主题现在已经按照一定的逻辑顺序排列好了，接下来要做的就是对每一小份内的文字再进行拆解，寻找段落文字当中的重点，以便进行最后的可视化。

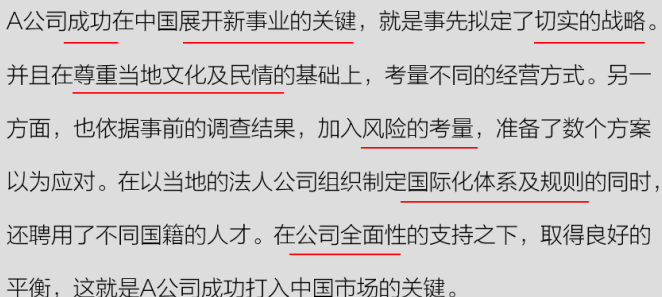
当文字较短时，我们可以很容易发现其中的重点文字，如图2-6所示，重点文字就是Plan、Do、Check、Action、业务、流畅。



以Plan、Do、Check、Action的循环流程，使业务能够
流畅地进行。

· 图2-6

而当文字较多时，寻找重点文字就需要费一番功夫，图2-7标注了其中的关键文字。



A公司成功在中国展开新事业的关键，就是事先拟定了切实的战略。
并且在尊重当地文化及民情的基础上，考量不同的经营方式。另一
方面，也依据事前的调查结果，加入风险的考量，准备了数个方案
以为应对。在以当地的法人公司组织制定国际化体系及规则的同时，
还聘用了不同国籍的人才。在公司全面性的支持之下，取得良好的
平衡，这就是A公司成功打入中国市场的关键。

· 图2-7

如果有时查找重点比较难，可以采用删除的方法。一般可以将文稿里的5类文字剔除，这包括：原因性文字、解释性文字、重复性文字、辅助性文字、铺垫性文字。

如图2-8所示，可以删除“从、到”这类重复的文字，也可以将“尽可能、希望能”这类辅助性的文字删除。

员工从进入公司到岗位变动，从绩效考核到批评处分，从日常考评到离职，人力资源部都按照文件的程序进行操作，采取就事不就人的原则，对员工提供尽可能的个性化的服务，希望能达到各项工作的合法性、严肃性，使员工处处、事事能透过与员工切身利益相关的活动来感受公司的“以人为本”的关心以及制度的严肃氛围。

· 图2-8

2.1.5 图解文字

最后一步就是将找出来的重点文字视觉化。这种视觉化是先通过手绘的方式把文字之间的关系描述出来，然后在 PPT 里通过图片、图标、图表等形式进一步美化。这些重点文字彼此之间都存在着不同的关系，在图解之前应先确定文字之间的关系，然后再根据相应的关系思考构图。常见的包含以下三类关系：结构组成、组织关系、流程顺序。

1. 结构组成

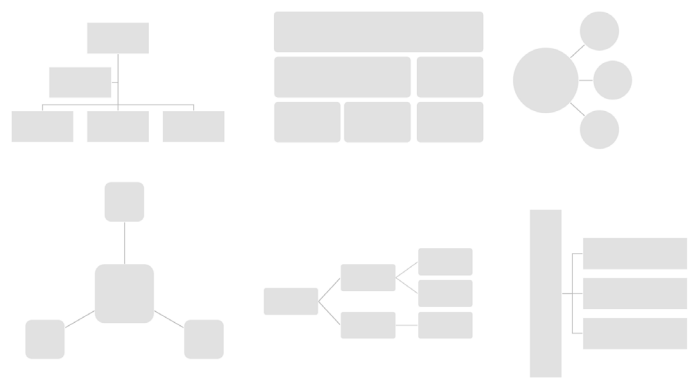
在表示页面内容的上下或层级关系时，一般都会使用结构组成类的图示，如图 2-9 所示。除此以外还有很多其他可以表达结构组成的图示，如图 2-10 所示。

2. 组织关系

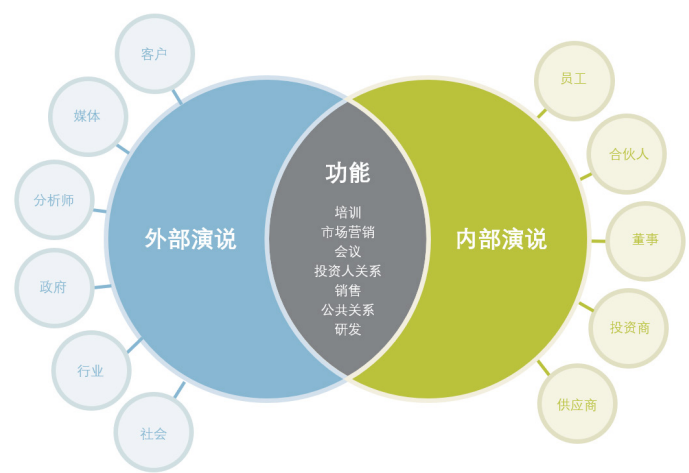
有多个内容在一个页面时，它们之间可能存在并列、包含、交叉等关系，图 2-11 所示是最常见的页面内容处于并列关系时的展示方式。除此以外，还有很多其他可以表达组织关系的图示，如图 2-12 所示。



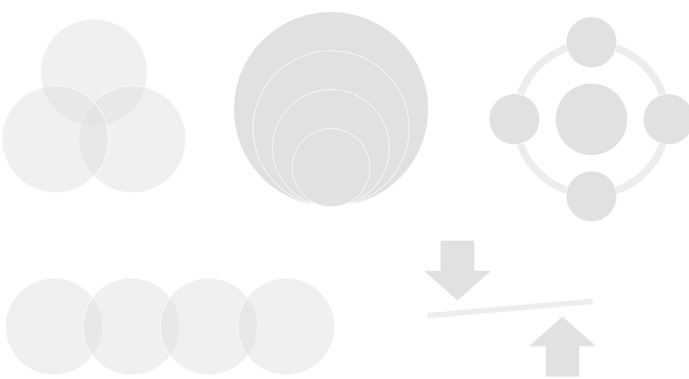
· 图2-9



· 图2-10



· 图2-11



· 图2-12

3. 流程顺序

页面的文字内容是在描述一件事情的变化过程或是时间顺序时可以使用流程性的图示，如图 2-13 所示。除此以外还有很多其他可以表达流程顺序的图示，如图 2-14 所示。



· 图2-13



· 图2-14

2.2 想法：零散的想法需要整理归纳

相较于将一篇成型的文稿变为 PPT，将大脑当中星星点点的想法变为 PPT 更难一些。在特定时间内向特定听众做演讲（主题演讲、峰会发言），对于演讲内容的取舍拿捏大部分时候全凭个人感觉，如果要讲述的是企业愿景、系统服务、增强现实、交互体验这些无形的或概念性的内容会更加头疼。

这时最重要的一件事就是不要让你的左右脑打架。大脑的左右两个半球负责不同形式的推理活动：左脑控制逻辑，它代表了规则性、次序性、结构性等理性的思维；右脑则负责创造，它代表了跳跃性、非线性等感性的思维。当你要将想法变为 PPT 时，如果你坐在电脑前一边想

一边做，一边查找资料一边设计页面，这时你所做的一切都是在消耗时间，这会让你疲惫不堪却难以完成任务。与此同时，你会忽略了一些必要的想法，而把一些不必要的内容进行详尽的展现。因此对于 PPT 演讲，我们经常说一句话“要想说清楚，先要想清楚；要想想清楚，先把电脑关掉”，因为当你开始撰写内容时，你考虑的一定是层级、次序、语句通顺这些逻辑性的东西，思想的自然流畅受到了阻碍，大脑里不再有那些奇思妙想。

本节将通过发散收集和筛选整理两种方法将想法打磨、串联。另外还会向大家介绍一个想法串联的好工具——BBP 故事板。

2.2.1 发散收集

说到发散思维，你会不会立刻就想到 MindManager 之类的软件。借助软件收集灵感很容易让人们掉进泥潭——花费大量的时间熟悉软件的操作和功能，试用和比较不同软件之间的差异。在收集 PPT 的发散想法时，最好的工具就是你手边的纸笔，可以将想法随心所欲地记录、涂抹，它可以是文字、图形以及你脑海里任何想要表达的东西。

在这个阶段，你需要对照第 1 章中的分析结果（即讲什么？对谁讲？在那讲？讲完后对方会怎样？），并遵循以下原则进行想法的收集：

（1）想法越多越好，求量不求质。前 4~5 个很可能都是你脑海中常规的一些观点，尽可能多写一些，以便后期筛选。

（2）想法越夸张越好。没有什么能比前所未闻的事情更能获取听众的关注了，要突破常规的套路。

（3）想法无好坏之分，当各种想法涌现出来时不加评判地把它们都记录下来，这是激发想法的最好方法。

记录时一般会使用白板 / 白纸，或者是便利贴，这代表了两种不同的思考方式：一种是延伸，一种是发散。

在使用白板 / 白纸时，每当提出一个想法，你会拓展这个想法使它不断丰富。比如你受邀发表一次与企业创新有关的演讲，这是一个很大很宽泛的话题，你可能会在白纸上写下“创新”，那么你现在要做的就是将内容扩展，当然不用太死板，在扩展时如果有了新的想法，就在纸上另找一块空地继续写下来，然后重复前面的步骤，如图 2-15 所示。

使用便利贴时，应该选一个比较粗的笔，以确保一张贴纸上只有一个观点，这时任由各种想法碰撞闪现出来。这种非线性的方式可以让你的大脑激发出更多新的活力，不考虑层级地将想法写下来或者画出来，当发散结束时，你将被大量的便利贴包围，如图 2-16 所示。



· 图2-15



· 图2-16

2.2.2 筛选整理

当你用足够多的时间将所有想法都一览无余地记录在白板或便利贴上时，你一定会惊叹于自己的想象力。可遗憾的是，这些想法或松散或关联，重要程度也各不相同。现在需要将其中的一部分过滤掉。你可以想象一个漏斗正在将想法中的精华萃取出来，在这个漏斗里有两个滤网，一个叫“已知”，一个叫“利己”。

举一个例子，同样是“注意事项”提示，在坐飞机时，空姐向我们讲解安全知识，几乎没有人会听，因为她所讲的都是大家已知的。而在考驾照时，监考的交通在向我们介绍注意事项时，所有人都会竖起耳朵，因为和我们的利益息息相关。

筛选整理信息需要剔除那些已知的，保留那些和听众有关的，完成后可以把信息按照一定

第一幕里的最后呼吁会引出第二幕。在第二幕中主要包含了要点、解释、细节三栏内容。要点栏可以支撑前面呼吁所讲的内容，说明栏可以更加详细地阐述要点栏，细节栏则可以解释说明栏，存在一个层层深入的框架关系。

根据演讲的时间长短可以把控所讲内容的层级。如果时间较短，则只讲第一列的要点部分；如果时间较长，则延展到最后一列的细节部分。

BBP 故事板可以作为创意概念快速视觉化的有效工具，把无序的信息按这样的方式排布，就为演讲整理出了一份明确的大纲框架，如图 2-18 所示。

故事化的 PPT 设计法		
第一幕		
背景	职场中每天都需要用 PPT 来进行演示演讲	
角色	作为一名培训师，制作 PPT 是职业的必备技能	
A 点	呼吁	B 点
现实中的 PPT 总是资料的堆砌让人昏昏欲睡	或许故事化幻灯片设计法可以帮你解决这个问题	而别人的 PPT 总是那么条理清晰，获得听众或学员的称赞
第二幕		
要点 (5 minutes):	说明 (15 minutes):	细节 (45 minutes):
为什么 PPT 需要校准	没有用浏览视图发现信息量太多	管道理论是错误的 人的记忆分为三种 信息的接收是针眼不是通道 工作记忆从两个通道接收信息
	没有用备注页视图同步演说	备注页空白使幻灯片变成提词器 页面填满导致双通道的不同步
	没有用普通视图来吸引注意力	六种缺乏吸引力的幻灯片页面 吸引力来自图文展示和动画逻辑
如何使用故事化设计法	用故事板打造幻灯片的框架	第一幕：向听众引出你的观点 第二幕：用要点、说明、细节支撑你的观点
	用旁白和草图展现图像和语言	从故事板到幻灯片的转换 旁白源于逐字稿的不断提炼 草图确定你幻灯片的雏形
如何确保视觉风格统一	幻灯片整体风格要保持一致	行业风格 设计风格
	色彩感统一不跳跃	根据不同情况选取主色调 依据主色调搭配辅色
		幻灯片里的颜色奇怪是因为使用不当 学习配色的资源
	文字使用符合相应情景	字体的选取是根据不同使用情景而定 字号根据场地条件而定 字形可以使文字多样化
背景与场合情景的统一		尺寸 样式
第三幕		

· 图 2-18

2.3 导入：从文稿和想法变为 PPT

我想你可能早已经按捺不住了，心想一个教人做 PPT 的书怎么到现在还没有讲到 PPT 的内容，别急——我们现在就开始。

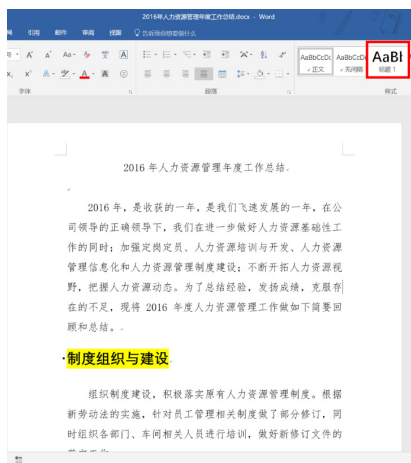
本节要讲的是如何把以上的材料便捷地导入 PPT 以及导入后可以做些什么。

2.3.1 导入 PPT

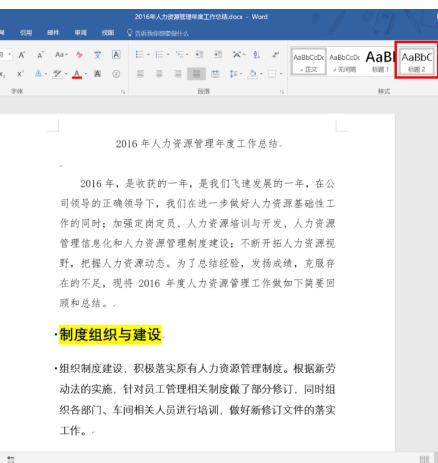
本节将介绍文稿的导入。现在文稿里所有的文字都还处于“正文”级别，需要按照如下方式进行操作：

Step1 将各节标题的样式级别改为“标题 1”。在 Word 里每添加一个“标题 1”就等于在 PPT 里新建了一页，而“标题 1”的文字内容一般也就是这一页的标题内容，如图 2-19 所示。

Step2 将所需要的文字内容改为“标题 2”。“标题 2”的文字内容就等同于 PPT 每页标题下的文字内容，如图 2-20 所示。一般不建议添加“标题 3”和“标题 4”，这会使页面的文字太多、层级太多。

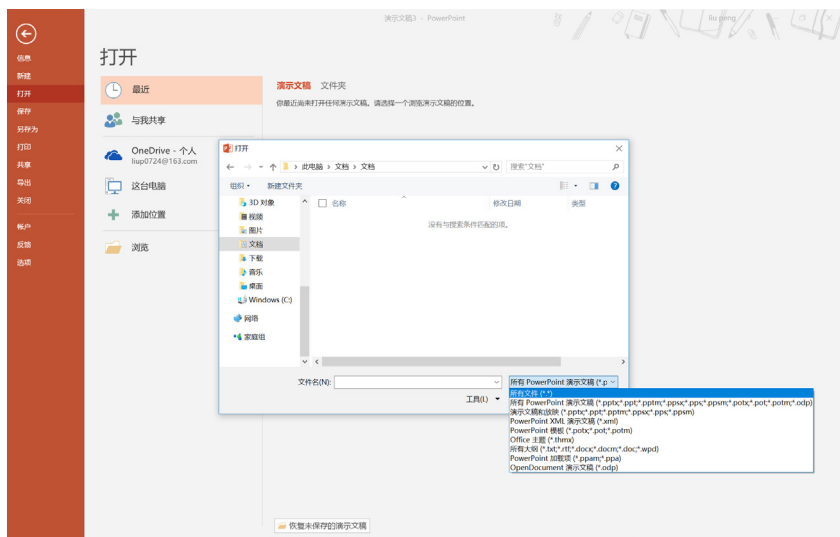


· 图 2-19



· 图 2-20

Step3 保存后关掉 Word，打开 PPT，单击左上角的“文件”按钮，然后再单击“打开”按钮，浏览查找 Word 文档所存放的文件夹，将对话框中的“所有 Powerpoint 演示文稿”改为“所有文件”，则可看见文档并将其添加至 PPT 中，如图 2-21 所示。



· 图 2-21

这时划分过段落层次的 Word 文稿就进入到了 PPT 里，如图 2-22 所示。

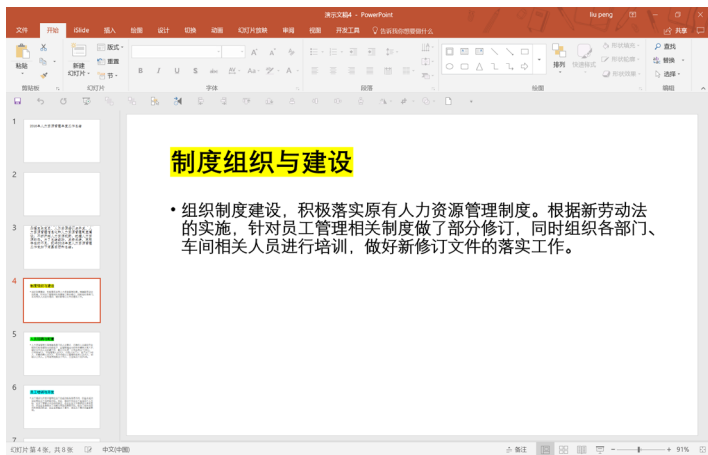


图 2-22

在导入时需注意以下事项：

- Word 中没有标注标题 1、标题 2 的文字是可以导入 PPT，但是这等同于简单的粘贴复制，文字之间并没有层次逻辑，不建议进行这样的操作。
- 在导入时，Word 必须是关闭的，否则无法导入。
- 低版本的软件无法打开高版本软件生成的文档，比如 2007 版的 PPT 就无法打开 2013 版的 Word，因此在保存时需注意文档的格式是 .doc 还是 .docx。

故事板的导入因为有表格略显麻烦一些。

Step1 在 Word 里全选复制故事板表格中的所有内容，新建一份 Word 文档，使用“选择性粘贴”将纯文字导入，如图 2-23 所示。

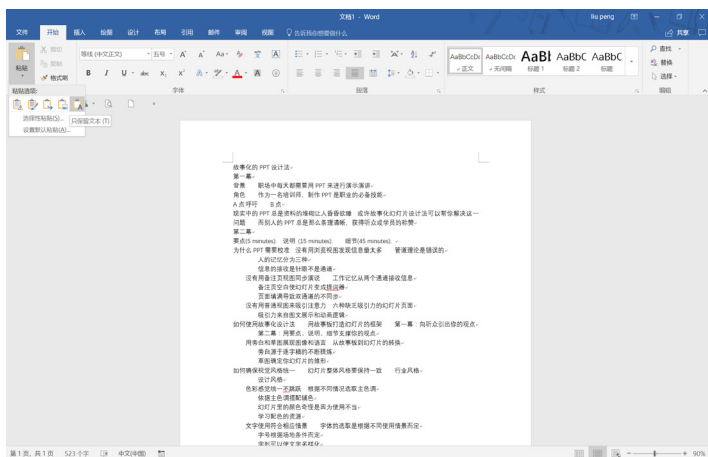


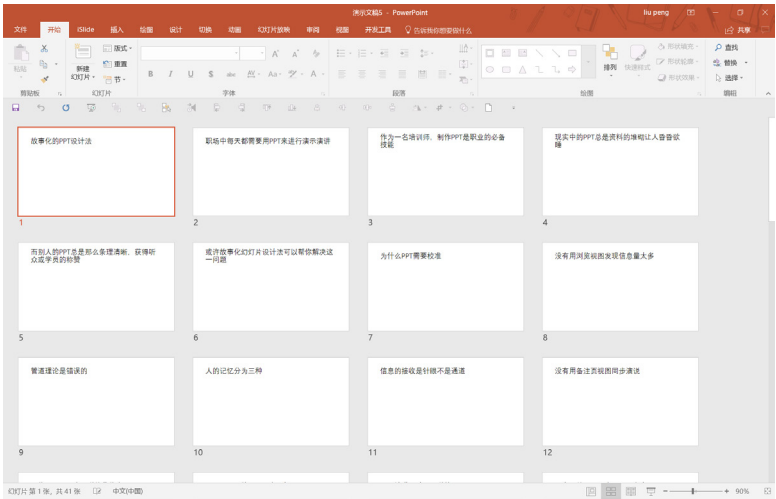
图 2-23

Step2 将导入后的文字按照故事板里的层级关系进行重新整理，删除多余的空格、标题和文字，让每行留下一个标题，如图 2-24 所示。



· 图 2-24

step3 按照前面文稿打开的 step3 的操作方法将内容导入到 PPT 里。图 2-25 所示是导入后的浏览视图。



· 图 2-25

2.3.2 导入之后

导入之后的 PPT 只能算一个白底黑字的半成品，这时可以按照两种思路来处理它。如果你的制作时间非常短，则可以利用 PPT 自带的一些版式和配色方案来完成快速这项工作。如果你的时间充裕，则可以更进一步对 PPT 进行美化和加工。

快速制作时，首先选定一个 PPT 自带的主题，然后根据不同的页面选择不同的版式，如图 2-26 所示。

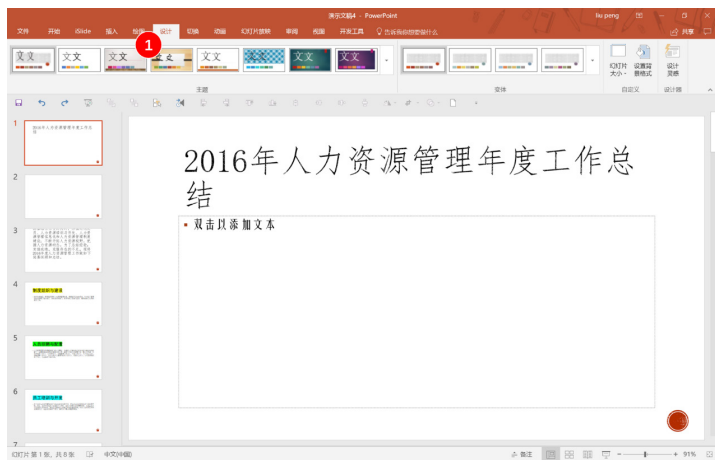


图2-26a



图2-26b

对于主题中的默认配色方案和字体格式也可以进行修改，如图 2-27 所示。

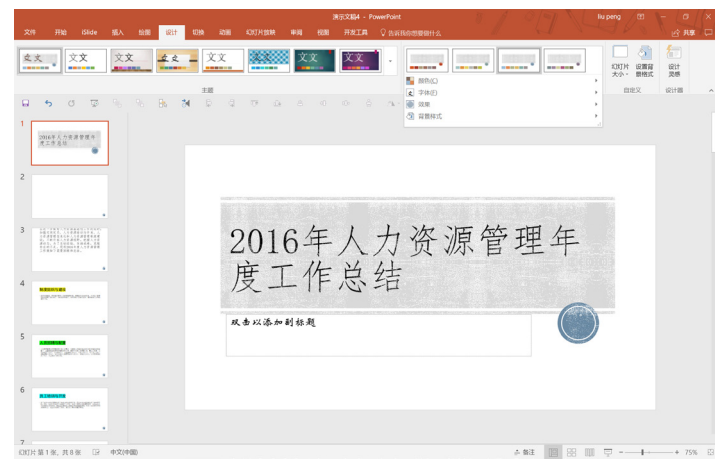
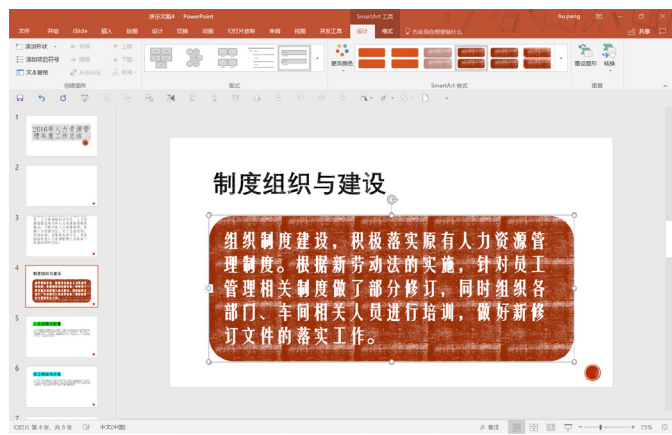


图2-27

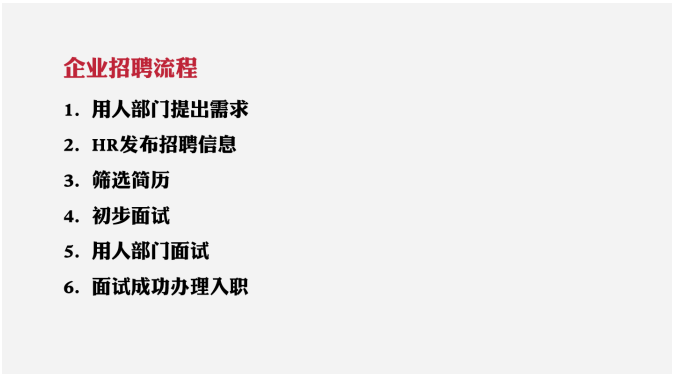
最后利用 Smartart 快速转换文字样式，结果如图 2-28 所示。



• 图2-28

对于工作型 PPT 来说，完成比完美更重要，因此在时间非常紧迫的情况下可以通过以上操作来完成一份还不错的 PPT。

而如果时间充裕，则可以将其进一步美化。比如图 2-29 就是将纯文字页面美化成跨页的 PPT。这也是本书后面几章要讲的内容。



• 图2-29 a



• 图2-29 b



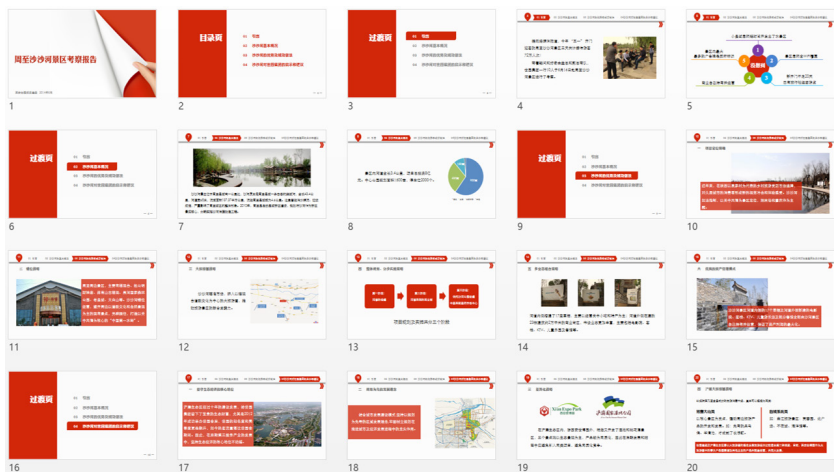
• 图2-29 c

◀ 03 风格规范，吸引听众、营造氛围的关键 ▶

当那些白底的 PPT 完成时，也就意味着要进入制作的下一个阶段——确定 PPT 的风格。

不同风格的 PPT 会传递给人不同的感觉，这也是 PPT 除传递信息外的另一个重要作用。就如同你穿运动装别人说你很阳光，你穿正装别人说你很商务一样。你希望自己的 PPT 带给别人什么样的感觉呢？大气的、商务的，还是科技感十足的？当然，使用什么样的风格来营造相应的感觉还是要依据具体的任务要求而定。

PPT 要形成一种风格，就需要其中的所有元素尽可能保持统一的视觉观感，而对这种观感影响最直接的元素就是 PPT 的背景、颜色和文字。如果这些元素不统一，就会造成风格上的混乱。因 3-1 所示的页面因为使用了统一的橙色及相同的排版布局给人一种十分规范的感觉。



· 图 3-1

- 背景：PPT 的底色，会影响底色之上一切元素的样式。
- 颜色：是一种显性的情绪表达。每一种不同的颜色都有自己的情感解释。
- 文字：是一种隐性的情绪表达，会传递出内容表达的内在气质。
- 常见 PPT 风格与情绪板

3.1 背景：设计制作的底子

PPT 的背景常常被人们忽视，这也刚好印证了背景与内容的关系——配角与主角。但在页面上，背景反而是占比较多的一部分，因此，背景处理不当会导致页面的品质感降低，最终呈现出来的视觉效果不够理想，甚至影响主角信息的传递。背景与演示环境不融洽、背景与内容无关、背景影响内容观看、背景缺乏美感，这些都是 PPT 中常见的问题。

其实，背景就好比一块布，布料的大小和材质都会影响你如何在布上作画。本节着重介绍背景的大小和材质。

3.1.1 背景大小

背景的大小在 PPT 里受限于两个参数——比例和尺寸。

先说说比例，如图 3-2 所示。我们熟知的 PPT 比例有两种，传统的 4 : 3 和流行的 16 : 9，之所以说传统，是因为在 Office2007 版以前（含 2007 版）PPT 的默认比例是 4 : 3，从 Office 2010 版以后 PPT 的默认比例就变成了 16 : 9。产生这种变化是因为宽屏显示器越来越流行。

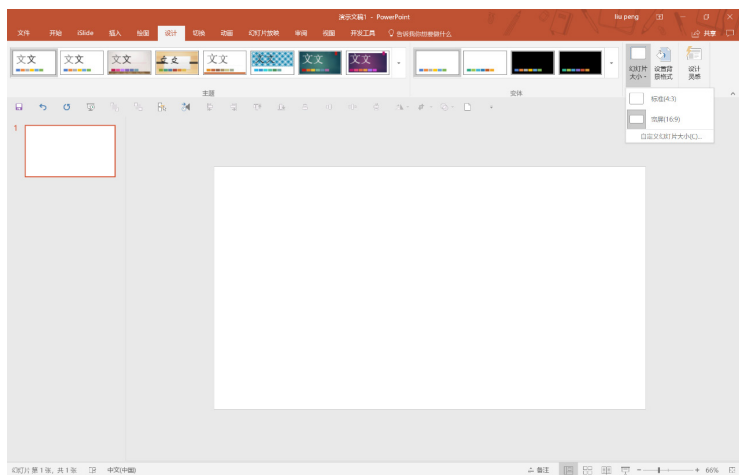


图 3-2

那是不是流行的就比传统的好呢？答案是不一定。一些企业里使用的幕布还是传统的 4 : 3，如果将 16 : 9 的 PPT 投影在这样的幕布上面，那么幕布上下就会有两条黑边，如图 3-3 所示，并且内容的显示面积也会小很多。



图 3-3

同理, 4 : 3 的 PPT 投影在 16 : 9 的幕布上, 幕布左右两侧也会留下黑边。因此, 在开始做 PPT 之前, 首先要确认最终演示环境里显示屏的比例。

在实际的工作中, PPT 与幕布之间比例不符合的情况常有发生。为了避免这种情况的出现, 对于已经做好的 PPT, 可以使用 PowerPoint 自带的转换功能。以原比例为 16 : 9 为例, 在“设计”选项卡中, 单击“幻灯片大小”选项, 然后再单击“标准 (4 : 3)”命令, 就会出现如图 3-4 的界面。

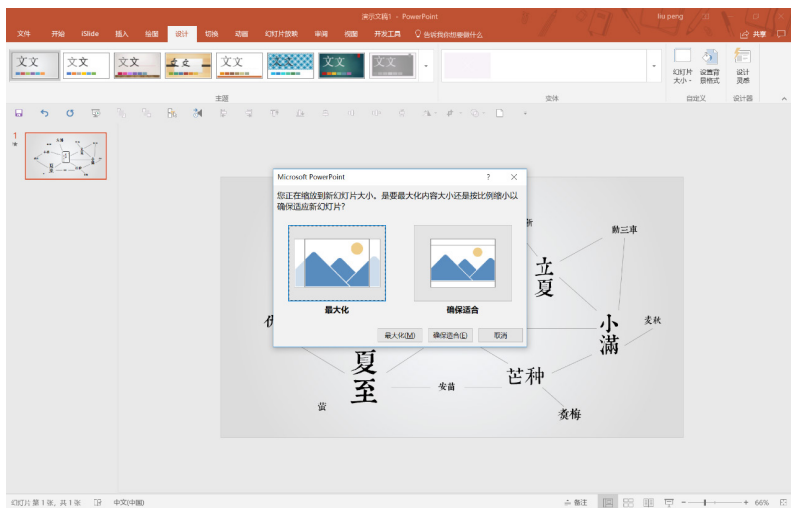


图 3-4

在转换比例时会有两个选项——“最大化”和“确保合适”。使用“最大化”时, 如果原本的内容在页面上填充得比较满, 则部分内容会超出版面(16 : 9 转 4 : 3 时是左右两侧内容超出, 4 : 3 转 16 : 9 时是上下两侧内容超出), 如图 3-5 所示。

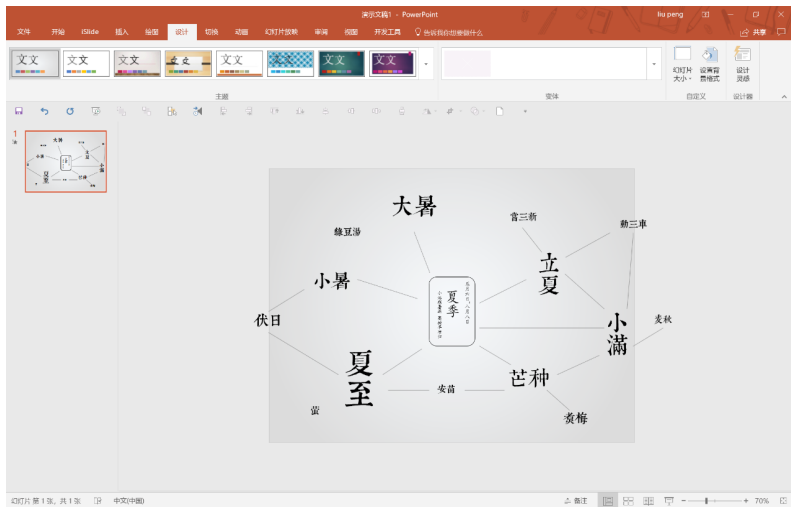


图 3-5

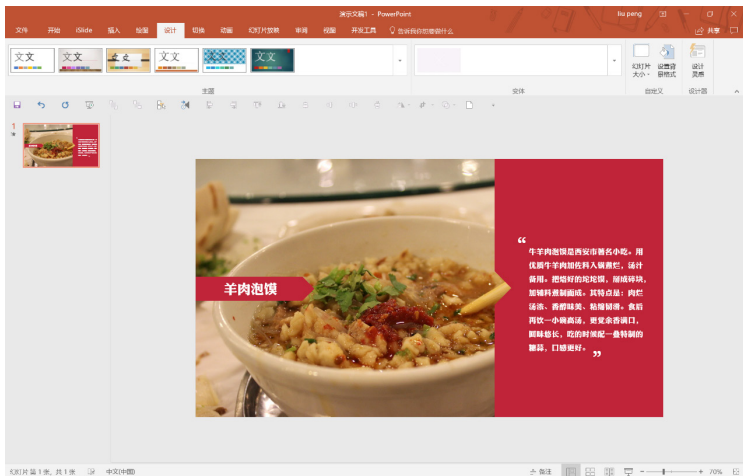
而如果原本页面上留有较多的空白，转换后则刚好变为 4 : 3 的页面，如图 3-6 所示。



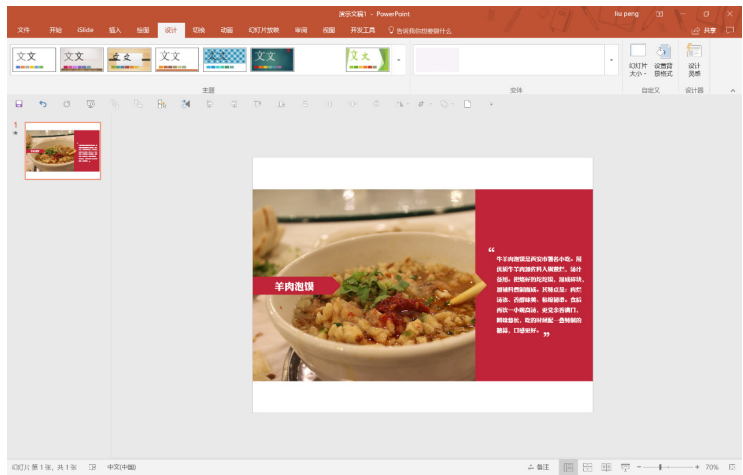
· 图3-6

选择“确保合适”选项可以等比例地缩放页面的大小，这时所有内容都会显示在页面里。

但如果原本的内容刚好是填满页面的 16 : 9，则会出现页面上下有白边的情况，如图 3-7 所示。



· 图3-7 a

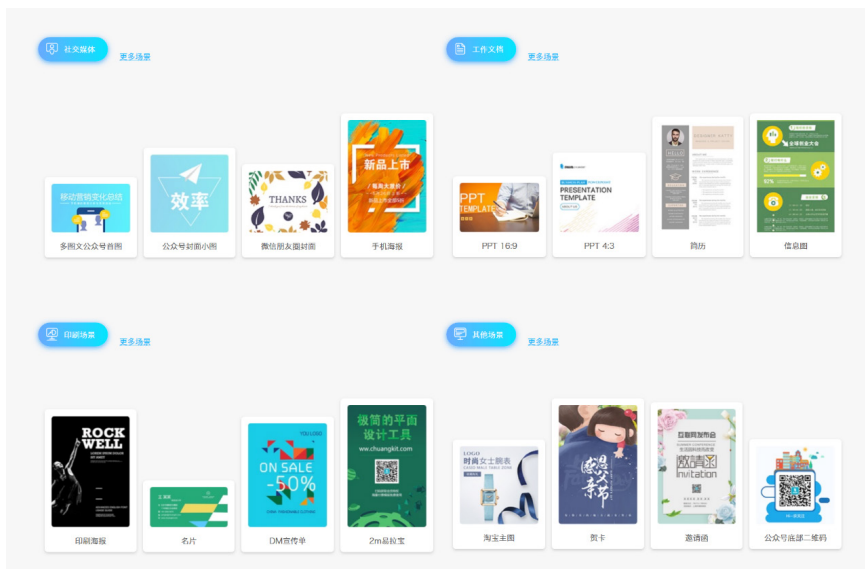


· 图3-7 b



· 图3-9

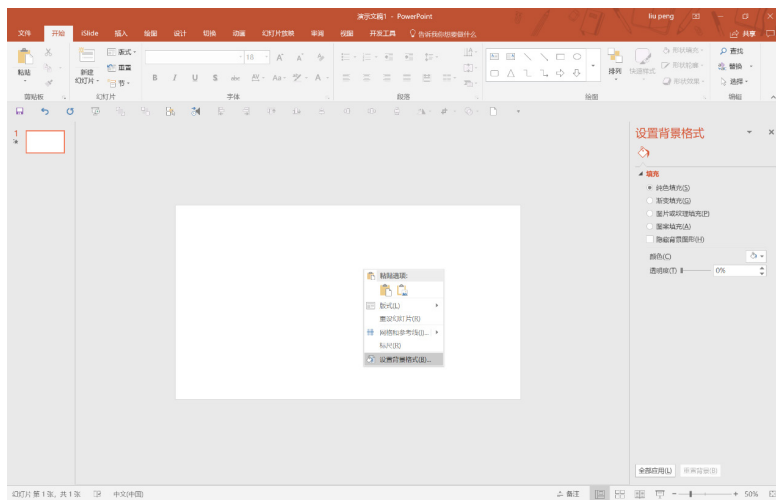
也可以直接使用创客贴这类在线平台所提供的图片、字体、模板等设计元素，通过简单地拖、拉、拽，制作出自己所需要的图片或设计，此平台提供了许多可选择的使用情境，如图 3-10 所示。



· 图3-10

3.1.2 背景材质

PPT 背景的质感主要是通过调节 PPT 背景的不同格式来体现的，其中包括了纯色背景、渐变背景、图片背景、纹理背景和其他背景。在编辑 PPT 状态下，在空白处单击鼠标右键会弹出快捷菜单，在其中单点击“设置背景格式”命令，如图 3-11 所示，即会出现图中右侧的“设置背景格式”窗格。



· 图3-11

1. 纯色背景

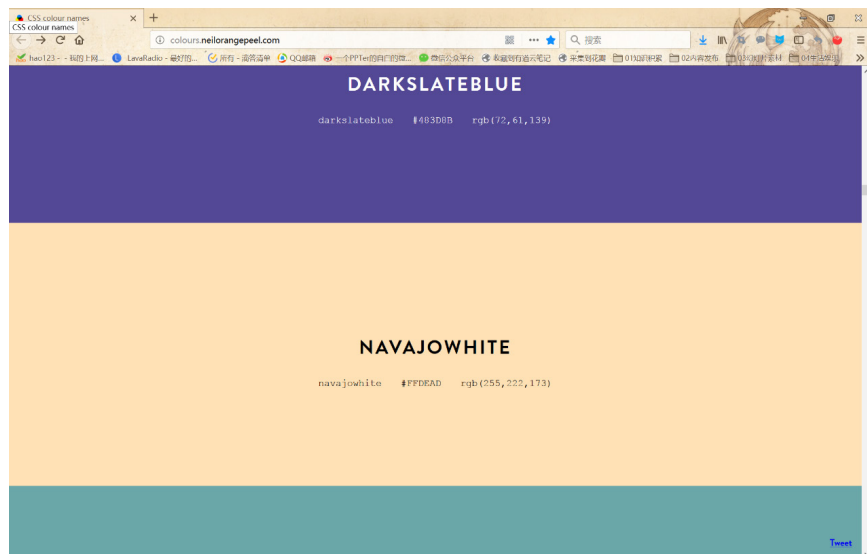
PPT 中的纯色背景中的白、黑、灰三色对内容影响较小,是比较安全的背景色,我们称之为“无彩色”。除此以外的背景色都是“有彩色”。这些颜色在使用时需要考虑颜色本身对于主题的烘托和氛围的营造,切忌颜色太亮,以免影响阅读或观看。

流行的扁平风格 PPT 的背景基本都是纯色的,如图 3-12 所示。



· 图3-12

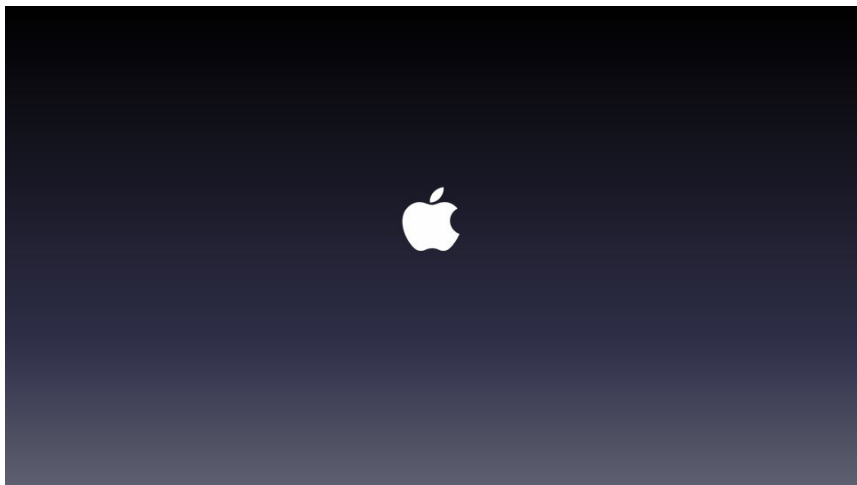
在网站 Neilorangepeel 中有非常多的纯色背景,如图 3-13 所示,我们制作 PPT 时可以进行参考。



· 图3-13

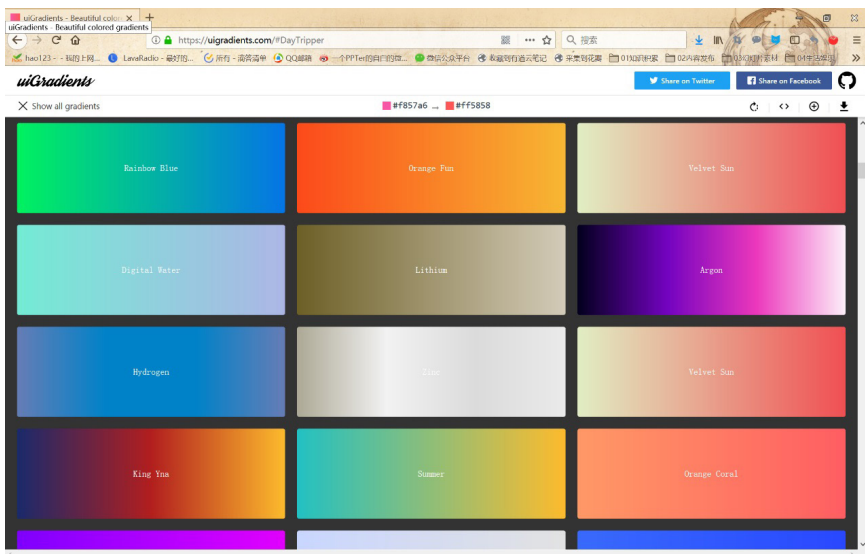
2. 渐变背景

这种渐变可以是单一颜色的渐变，也可以是多种颜色的渐变。为了营造出空间感和质感，可以使用渐变色的背景。许多科技企业的发布会都使用了渐变色的背景，最让人印象深刻的就是苹果公司，如图 3-14 所示。



· 图3-14

这种渐变风格在 2017 年大行其道。PowerPoint 里的自带渐变和我们根据自己经验设置的渐变往往都不是很好看，因此，我们可以在网站 Uigradient 中寻找更多的渐变色背景，如图 3-15 所示。



• 图3-15

3. 图片背景

使用图片作为背景, 一是为了说明主题, 二是可以增强视觉的冲击力和观赏性。图 3-16 就使用了一张家居照来说明绿植、餐具、沙发的挑选。



• 图3-16

使用图片做背景时, 应尽可能使用高分辨率的图片, 特别是在较大的 LED 电子屏上投影时。这种类型的背景有时会有两种变形。一种是在图片上添加色块或半透明的蒙版, 如图 3-17 所示, 这样可以降低背景对文字的影响。



禅茶一味 道在其中



· 图3-17

另一种是将图片虚化形成模糊的背景效果，这样可以增加画面的轻快感，如图 3-18 所示。



· 图3-18

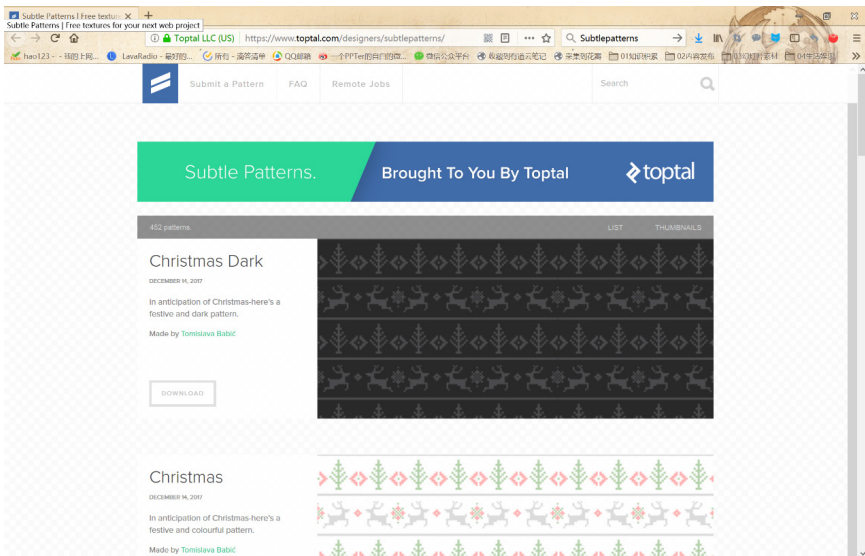
4. 纹理背景

暗纹和有质感的实物图片都可以作为 PPT 里的纹理背景，如图 3-19 所示。

PowerPoint 中自带的纹理图案较少，且都比较老旧，因此可以选择在网站上下载，比如 Subtlepatterns 上有大量的暗纹图案，如图 3-20 所示。



· 图3-19



· 图3-20

无论选择哪一种样式的背景，当它铺满整个 PPT 时都可以看作是一个大面积的色块。纯色和渐变色的背景最为直观，而图片背景和纹理背景稍差一些，这些色块会直接影响人的情绪，这就涉及了下面要介绍的颜色。

3.2 颜色：情绪表达的载体

色彩是决定 PPT 第一印象的关键，不论是背景还是文字、图片、图表、图标，都会涉及颜色使用的问题。首先，它可以向观众传递一个基调，如沉稳的、时尚的或是生机勃勃的，快速地吸引观众的注意力。图 3-21 所示并不是以往十分鲜艳的红色，这种暗暗的红色给人一种很沉稳的感觉。



· 图3-21

另外，不同的色彩还可以区分内容之间的层级关系。比如，在一个页面上用不同的颜色来区分不同的内容，一套 PPT 里不同节之间用不同颜色来引导逻辑。如图 3-22 所示，目录页里使用不同的颜色来进行节标题的区别，而后面的节使用了相应的颜色，这样在播放时，观众可以通过页面颜色的变化，判断出演讲进度。



· 图3-22

网上讲述颜色搭配的教程很多，非设计专业的人士需要认识到一点——学完所有教程成为顶尖设计师的人也是少之又少，大多数人能做到优秀就不错了，并且这种优秀也是经年累月不断练习之后的结果。因此，本书只介绍 PPT 颜色搭配需要掌握的最基本的两点——色彩理论和配色方法。

3.2.1 色彩理论

没有光就没有色。

在光带中颜色的排列顺序是红、橙、黄、绿、青、蓝、紫。这个光带叫作光谱，如图 3-23 所示。



· 图3-23

把光谱中首尾的颜色相连起来，这时光谱就变成了日常配色当中必用的工具——色环。下面以 12 色环为例，来讲解一下色彩之间的关系。

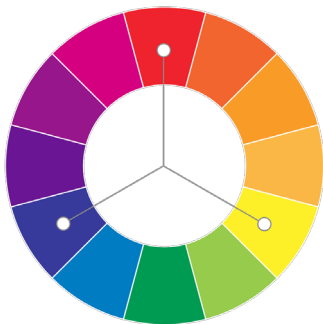
12 色环上的色彩分为原色、间色、复色。

1. 原色

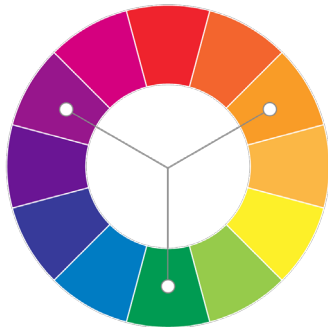
从小我们就学过三原色的知识，或许你在美术课上也试过用红色、黄色、蓝色这 3 种原色调配出其他颜色。但如果我们谈论的是屏幕显示颜色，比如显示器，那三原色就变成了红色、绿色和蓝色，也就是我们熟悉的 RGB，如图 3-24 所示，这是因为电子显像管的成色原理与颜料的成色原理不同。

2. 间色

如果将红色和黄色、黄色和蓝色、蓝色和红色均匀混合，就会生成三种间色——橙色、绿色和紫色，如图 3-25 所示。



· 图3-24

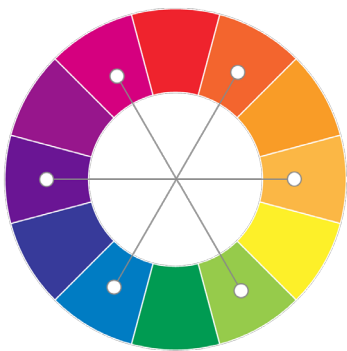


· 图3-25

3. 复色

将原色与间色混合，或间色与间色混合就会生成复色，如图 3-26 所示。

电子显示屏的三原色是红色、绿色和蓝色，因此在 PPT 当中，所有元素的颜色都可以在图 3-27 所示的界面进行修改，这时只要输入一定的 R、G、B 数值就会得到相应的颜色。数值共有 256 级：0 ~ 255，其中“0，0，0”代表黑色，“255，255，255”代表白色。



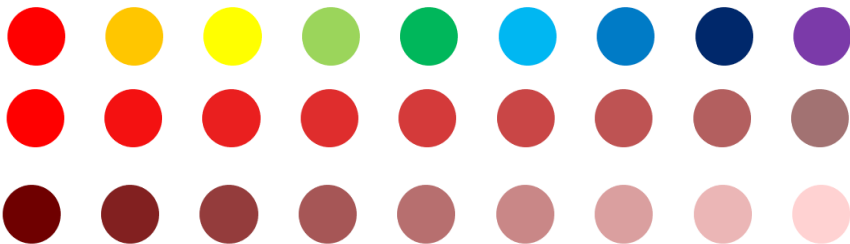
· 图 3-26



· 图 3-27

其次，还可以通过色相（Hue）、饱和度（Saturation）、明度（Lightness）来认识颜色，它们被称为色彩的三要素，也就是常说的 HSL，如图 3-28 所示，这是一种感性且直观的认识。比如当你看到树叶时最直观的感受就是绿色，看到一条牛仔裤时最直观的感受就是蓝色，如果牛仔裤长时间没洗，你就会觉得蓝色有些脏。

- 色相，即色彩的相貌，是色彩的首要特征，是区分不同颜色的判断标准。也可以把它看作是颜色的另外一种叫法。
- 饱和度，即纯度，指色彩的纯净程度。纯度越高，色彩越鲜明；纯度越低，色彩越黯淡。牛仔裤变脏就是因为蓝色的饱和度降低。
- 明度，即色彩的亮度，明度反映的是色彩的深浅变化，与黑色和白色有关。一般情况下，在颜色中加入白色，明度会提高；加入黑色，明度会降低。



· 图 3-28,

在实际的色彩使用中，HSL 更实用一些，在图 3-29 的颜色调节界面里，通过“颜色模式”下拉列表可以调出颜色的 HSL 模式。如果你仔细观察，就会发现图 3-29 中左上方的光谱在横向上刚好就是色相的变化，在竖向上就是饱和度的变化，右侧则是明度的变化。HSL 的数值也共有 256 级，S 值越小颜色越脏，L 值越大颜色越亮。

如果发现 PPT 页面当中的颜色看起来很怪但是又不知道问题出在哪里，则可以通过色彩的三要素来进行调整。如图 3-30 所示，这 3 个圆的颜色非常不协调，颜色很刺眼。在查看了页面的 RGB 值后 [绿色 (102,255,153)，蓝色 (0,122,192)，紫色 (255,0,255)] 并不会看出什么实质问题，也不能解决刺眼的问题。



· 图3-29



· 图3-30

那再来看看 HSL 的数值 [绿色 (99, 255, 179), 蓝色 (146, 255, 96), 紫色 (213, 255, 128)], 如图 3-31 所示。



· 图3-31

可以看到绿色和紫色的 L 值相对于蓝色偏高，因此将它们的 L 值调整变成和蓝色一致，看起来就会舒服许多，如图 3-32 所示。



· 图3-32

3.2.2 配色方法

要配好色先要搞明白颜色所代表的意义。人是靠着经验与习惯生活的，色彩能够使人联想到曾经的经验与习惯，于是色彩也就有了意义。这意义不是色彩本身的，而是色彩背后所代表的事物带来的。色彩是很难被理性衡量的，不同的人看到色彩有各自不同的感受，这可以使人联想到某种事物，或某段回忆，进而影响人的情绪。

1. 红色

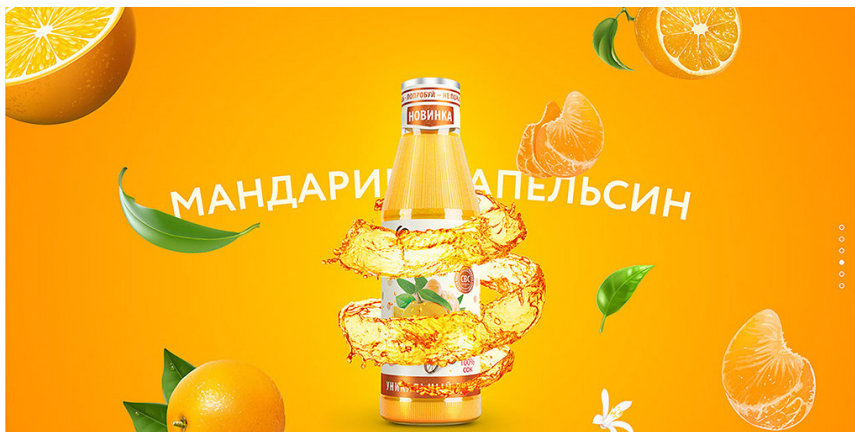
红色属于暖色，在中国文化里，红色是代表喜庆。逢年过节挂的大红灯笼和红色礼服都有一种喜气洋洋的感觉。红色也表示危险，所以很多表示停止的标志牌都是红色的，因为红色可以很好地吸引人们的注意，如图 3-33 所示。



· 图3-33

2. 橙色

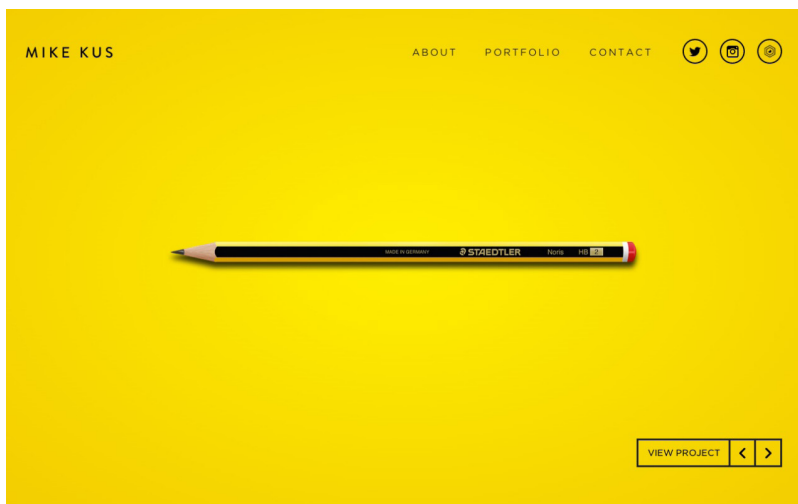
橙色也属于暖色，它介于红色和黄色之间，是暖色系中最温暖的色，可以体现稳定而明快的家庭感，让观看者产生一种幸福的感觉。它并不像红色那样咄咄逼人，能够创建一个有趣的氛围，而且它创造出的活跃气氛并没有危险的感觉，如图 3-34 所示。



· 图3-34

3. 黄色

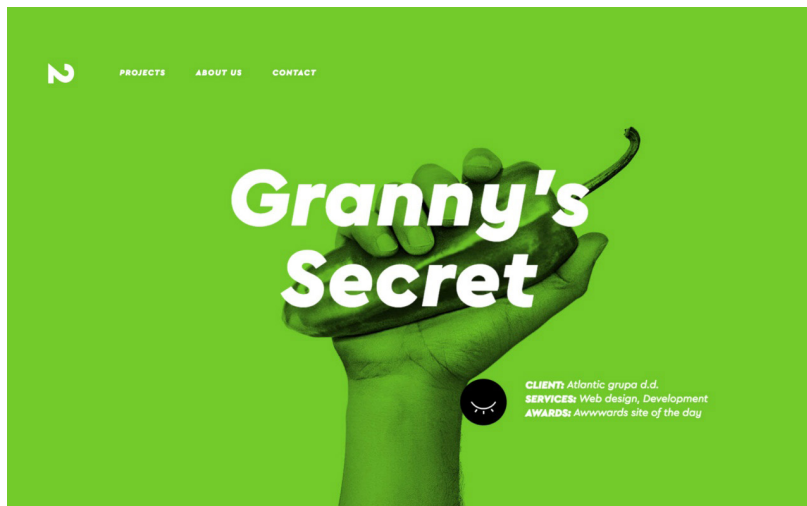
黄色属于暖色,是一种醒目明亮的颜色。在中国古代,黄色是极其高贵的色彩,是皇家御用的。而现在,大多数时候使用黄色是为了创造出一种更加轻快、好玩的感觉,让人联想到年轻有活力,如图3-35所示。黄色也可以和警示、警告联系起来,因此它也常被用于健康、安全设备及危险信号中。



· 图3-35

4. 绿色

绿色属于冷色,带给人微冷的感觉。中西方国家在绿色的认识上是有差异的,在西方国家,绿色是钱的颜色,绿色也代表着经济增长和健康,而在我们国家却不是。这也就是前面所说的色彩本无意义,全都是基于习惯和以往的经验。因为大多数植物都是绿色的,因此它通常会给人健康、清洁、生活和自然的感觉,如图3-36所示。



• 图3-36

5. 蓝色

蓝色属于冷色，给人的感觉偏冷，代表着冷静和理性。深蓝色可以给人一种悲伤的感觉，让人联想起伤心时怎么听都不够的蓝调音乐。而浅蓝色，则通常会让人联想起天空和水，给人以提神、自由和平静的感觉。在商务活动中大量使用蓝色，就是因为它会带给人冷静思考、沉着应对的感觉，如图 3-37 所示。

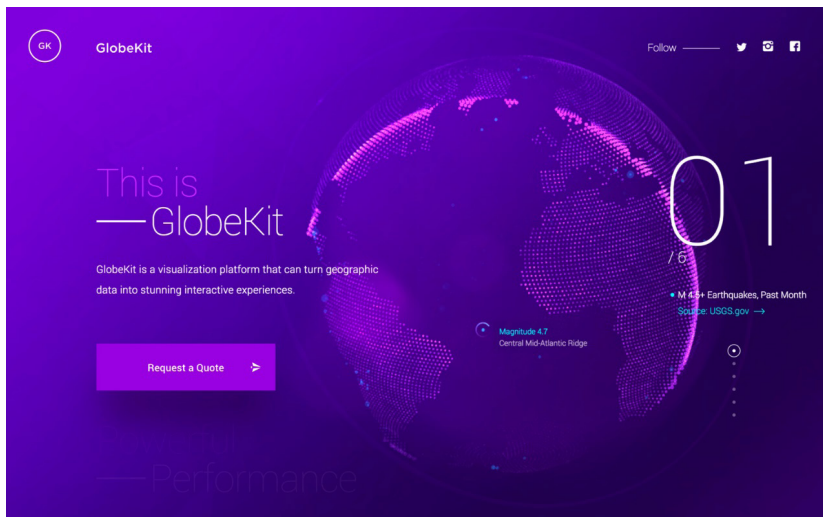


• 图3-37

6. 紫色

紫色也属于冷色。从古代开始，它就因为代表优雅而高贵的品质而备受女性青睐。紫色可以更多地与浪漫、亲密、柔软、舒适产生联系，同时给人一种奢华的感觉，也有一种神秘感，

如图 3-38 所示。



· 图3-38

7. 白色

白色属于无彩色，通常给人干净的感觉，比如白色的床单和衣服都让人感觉很干净，也可以代表棉花和柔软的云朵。在设计中大面积地使用白色会给人一种知性而清洁的朴素感，同时也会让页面显得十分高雅精致，如图 3-39 所示。



· 图3-39

8. 黑色

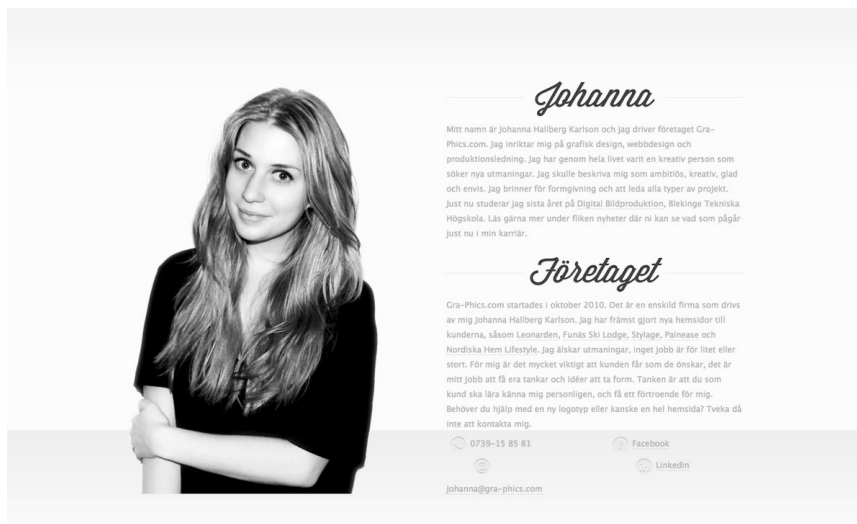
黑色属于无彩色。因为白色代表着纯洁、美好，黑色是白色的对立色，因此黑色代表邪恶。黑暗和未知会给人焦虑的感觉。黑色本身给人一种厚重的感觉，当黑色遇上其他颜色的时候会产生其他的意义，比如给人一种奢华、高档的感觉，或会给人一种成熟稳重的感觉，如图 3-40 所示。



· 图3-40

9. 灰色

灰色属于无彩色。大面积地使用灰色会有一种低调、简约的感觉。一般在页面使用灰色上就是为了辅助或是衬托。因为灰色本身不突出，不具有任何吸引力，因此是一款万能的百搭色，如图 3-41 所示。



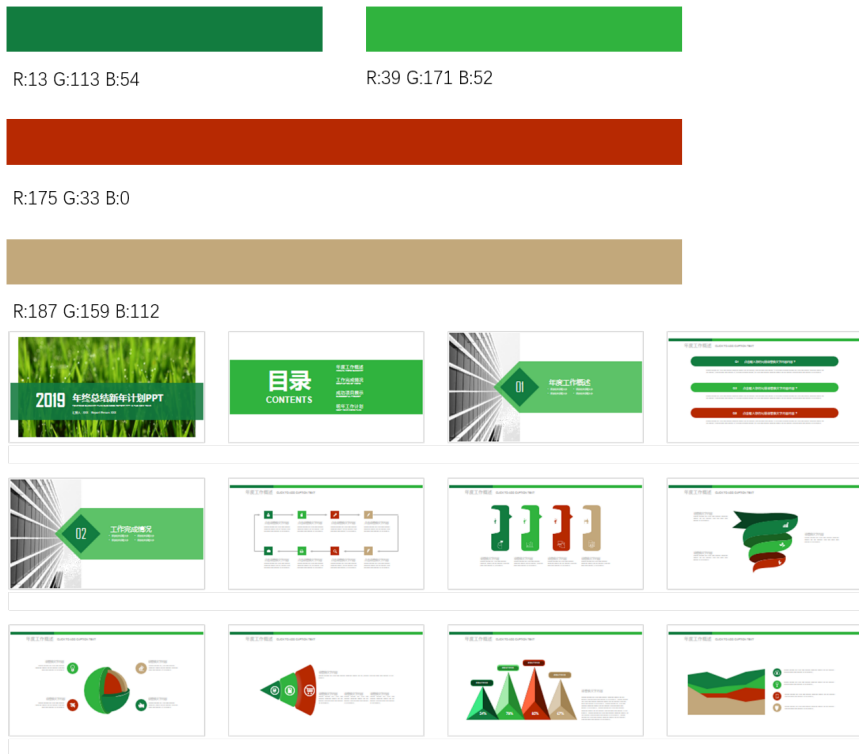
· 图3-41

除此以外，不同的色彩会带给人不同的感受。

在为白底的 PPT 配色时，最为关键的是需考虑清楚想带给听众什么样的感受，这是配色的基础。

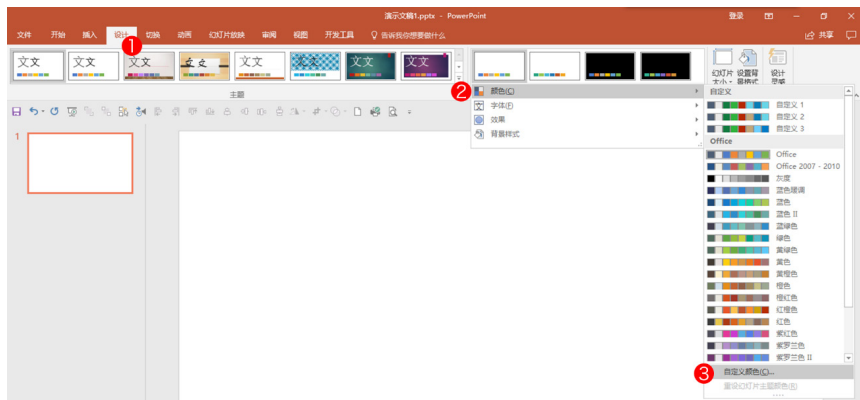
下面介绍几种常见的配色方法。

(1) 根据企业 VI 进行配色。很多企业都有自己的视觉识别系统,其中规定了企业的标准色,有些企业会依此制定企业内部常用的标准 PPT 模板。图 3-42 展示了根据企业 4 种标准色而制作的 PPT 模板,PPT 中每一种颜色的标准都来自标准色的 R、G、B 数值。



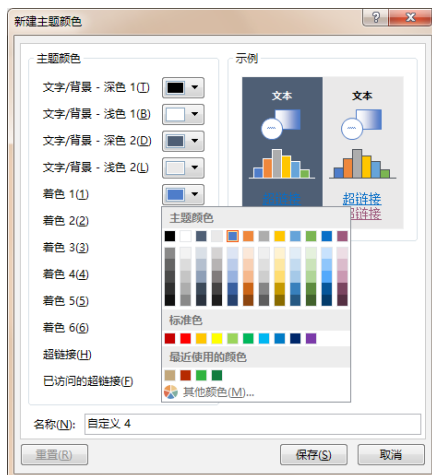
· 图3-42

如想使用一些网上下载的模板,则可以通过更换主题颜色进行快速的颜色变更,单击“设计”按钮,然后在“变体”一栏中选择“颜色”选项,再选择“自定义颜色”选项,如图 3-43 所示。



· 图3-43

在弹出的对话框中,可以通过选择“其他颜色”选项手动输入 R、G、B 值,将其中的“着色”部分改为需要的颜色,如图 3-44 所示。



· 图 3-44

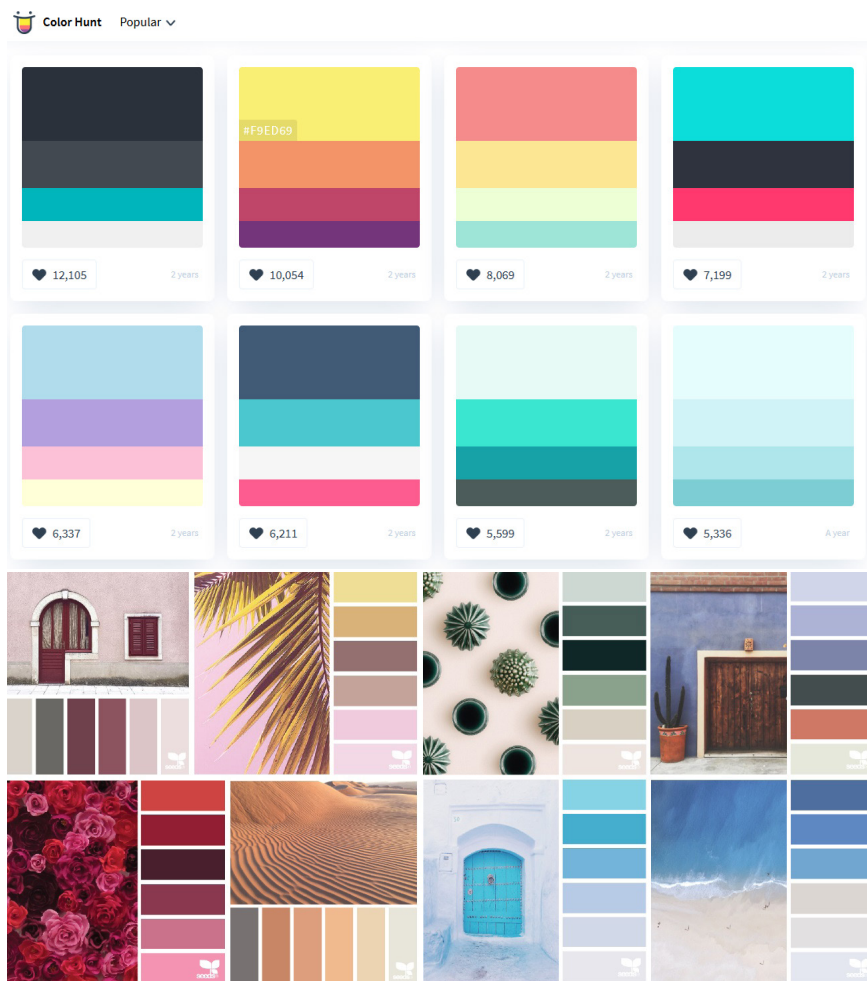
(2) 根据行业属性进行配色。如果企业没有 Logo, 则可以从该企业所属的行业入手, 选取本行业里大多数企业所使用的颜色, 因为大部分的 Logo 所选取的颜色都受到了行业属性的限制, 比如医疗行业使用绿色, 科技企业使用蓝色, 政府机关使用红色等。

使用行业的属性色可以更好地让听众接收你的信息。如图 3-45 所示, 将蓝色的科技图换成红色效果就差很多。



· 图 3-48

(3) 借用色卡进行配色。如果既不使用企业 VI, 也不参考行业属性, 则还可以借鉴很多色卡, 在 Color hunt 和 Design-Seeds 网站中有专业的色卡推荐, 特色是后者, 它是通过图片来提取出相应的颜色, 如图 3-46 所示。



· 图3-46

无论是使用行业色还是借助色卡,以前都需要手动来输入色值,在 PowerPoint 2013 版以后,可以通过取色器直接吸取颜色。比如要借助色卡对模板进行配色。

取色步骤如下：

Step1 先单击需要填充颜色的形状,然后单击“形状填充”选项调出“取色器”,如图 3-47 所示。

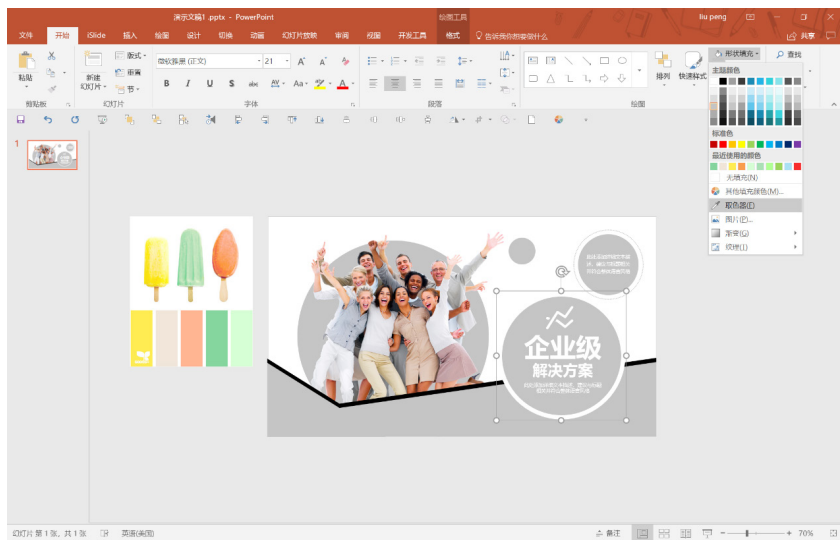


图 3-47

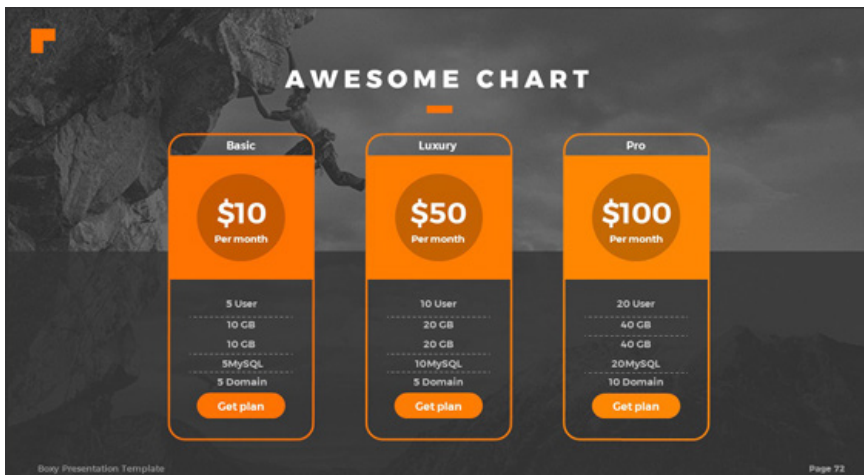
Step2 单击“取色器”按钮,会出现一个小吸管,将吸管移至需要吸取的颜色上并单击即可。

(4) 根据色环进行配色。前几种方法基本上都是属于拿来主义,都是使用已有的方案。如果是自己进行色彩的搭配,则需要使用色环。首先需要选定主色,可以先从冷暖入手,从相应的色系中选取一个主色,比如暖色系橙色或冷色系蓝色。接下来,在色环上依据主题色选取相应的辅色进行搭配,包括以下几种,如图 3-48 所示。



图 3-48

- 单色配色。通过主色与黑、白、灰搭配,这种配色方法比较好上手,只需选定一种颜色即可。图 3-49 所示的 PPT 就是只使用了橙色与黑色的图片和白色的文字相搭配,再对主色进行饱和度、亮度的调节,调出其他颜色进行搭配。这时的主色和辅色都在同一色相上,页面上使用了 3 种绿色。这种配色方法往往会给人页面一致化的感受,如图 3-50 所示。



• 图3-49



• 图3-50

- 邻近色配色。色环上紧邻主色两侧的颜色被称为邻近色，色相距离大约 30° ，这种配色页面对比弱。图 3-51 使用了相邻的黄色和绿色做搭配，并且黄色做了半透明渐变处理，比单色画面稍微丰富一些，色相柔和，过渡看起来也很和谐。
- 类似色配色。在色环上与主色相距 60° 左右的颜色被称为类似色，这种配色页面对比较弱。图 3-52 只是用少部分的绿色起到页面对比的作用，给人色感平静、调和的感觉。
- 中度色配色。在色环上与主色相距 90° 左右的颜色被称为中度色，这种配色页面对比适中，适用于饱和度高的色彩。图 3-53 为经典的宜家黄蓝搭配，对比效果明快、活泼。



• 图3-51



• 图3-52



• 图3-53

- 对比色配色。在色环上与主色相距 120° 左右的颜色被称为对比色。这种配色页面对比**较强**，需要采用增加过渡色、调节色彩明暗和控制色彩面积等手段来调和对比效果。其中的主色会带动页面气氛，产生激烈的心理感受，图 3-54 中加入了白色的线条作为过渡，并且调低了红色的透明度以避免对比过于强烈。



• 图 3-54

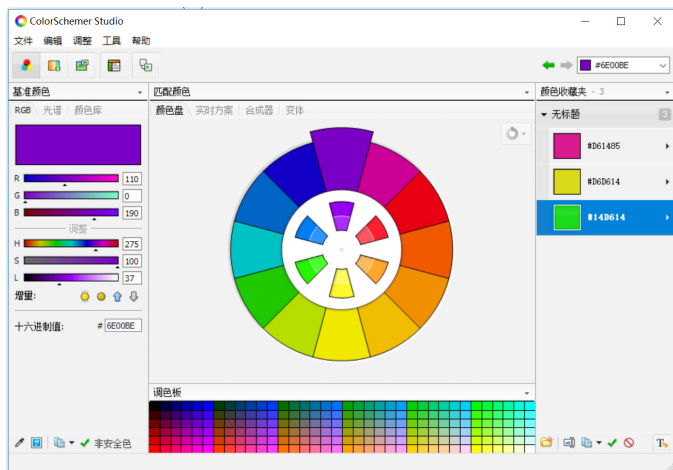
- 互补色配色。在色环上与主色相距 180° 左右的颜色被称为对比色。这种配色页面对比**强烈**。如图 3-55 所示的黄色和紫色的搭配，传递出活力、能量和兴奋的感觉。



• 图 3-55

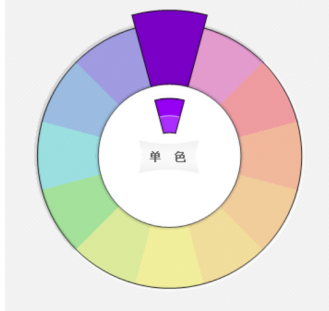
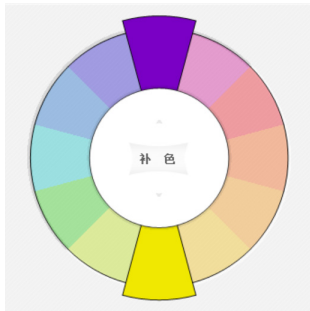
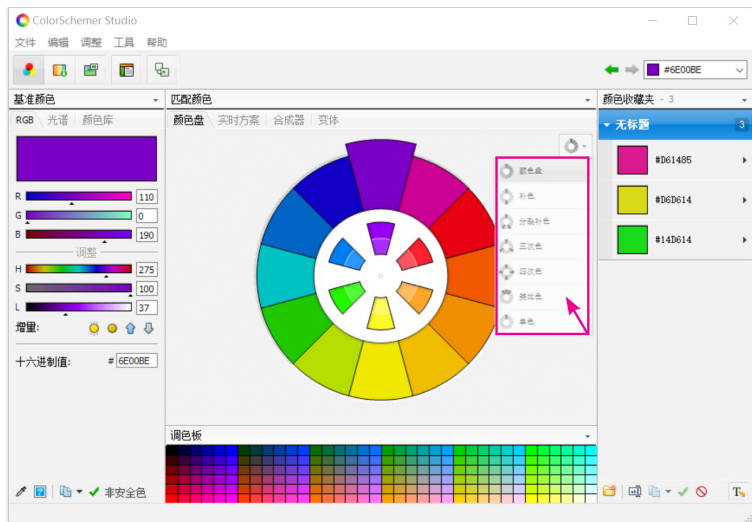
(5) 借助工具进行配色。这种方法其实也是根据色环进行配色，只不过在配色的过程中借助工具找出合适的颜色，或是给出更多的配色方案。工具资源有很多，例如 Colorcop、Adobe Color CC 等。这里着重介绍一下本地配色工具 ColorSchemer Studio，其软件大小只有 1.6MB，并且不需要联网使用。

ColorSchemer Studio 的操作界面分为三栏，如图 3-56 所示。左侧可以根据 RGB 值和 HSL 值进行颜色的设定，也可以在底部用吸管吸取想要的颜色。



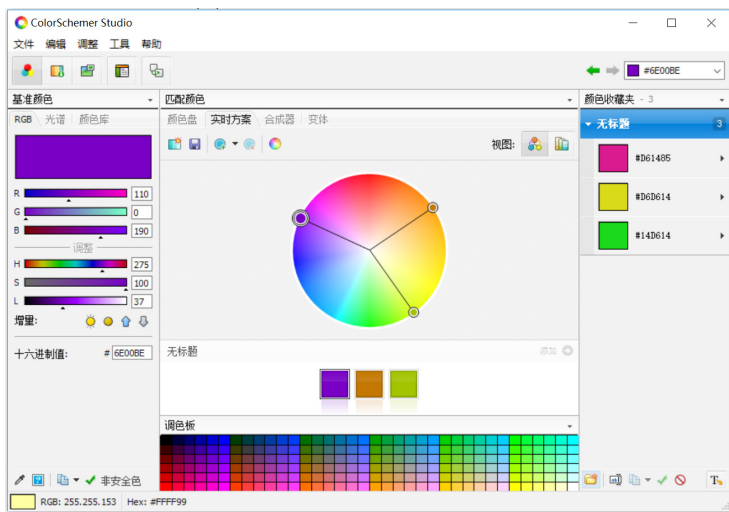
· 图3-56

设定好颜色后，在中间窗格里的色轮就会将这个颜色凸显出来，然后通过右上角的按钮选择不同的配色方案，比如补色、单色等，如图 3-57 所示。



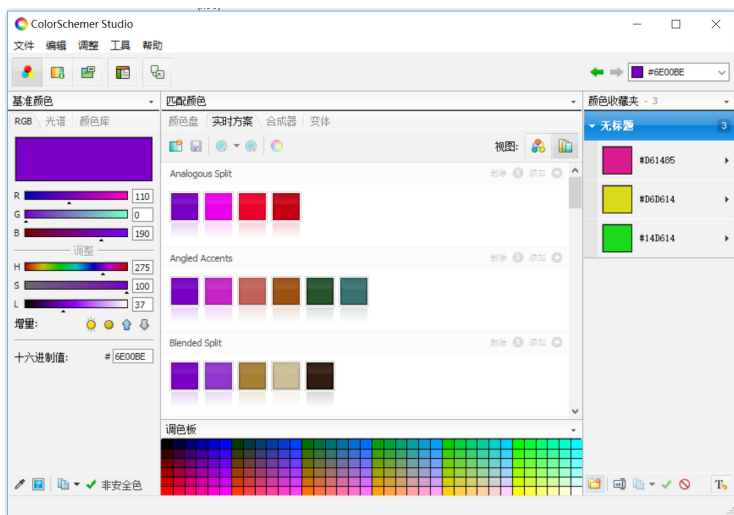
· 图3-57

切换到“实时方案”选项卡后,可以看到更细致、准确的配色方案,并且可以创建和保存方案。色盘上的圆圈区域是当前所选中的颜色,可以移动圆圈更换其他颜色,如图 3-58 所示。



· 图3-58

在色盘的右上方将视图切换到方案浏览器模式,可以显示基于当前所选配色所衍生的其他配色方案,有数十种之多,每一种都可以通过单击右侧的箭头添加到颜色收藏夹中,如图 3-59 所示。



· 图3-59

界面右侧是颜色收藏夹。单个颜色或成组的配色方案都可以添加到收藏夹中,也可以直接在色盘或取色框中通过拖曳鼠标把颜色拖曳到收藏夹中,还可以从收藏夹中通过拖曳鼠标把颜色复制到取色框或实时方案的色盘上。

在界面底部最右侧有一个“比度分析器”切换按钮,可以切换到对比分析模式。可以使用收藏夹中的颜色作为背景色,程序会自动提供可选的前景颜色供用户参考。在背景色列表中任

选一种颜色，下方都会自动给出推荐的前景色，可以选择其中一种前景色，在上方的矩形文字框中会实时显示两种颜色的搭配效果，如图 3-60 所示。



· 图 3-60

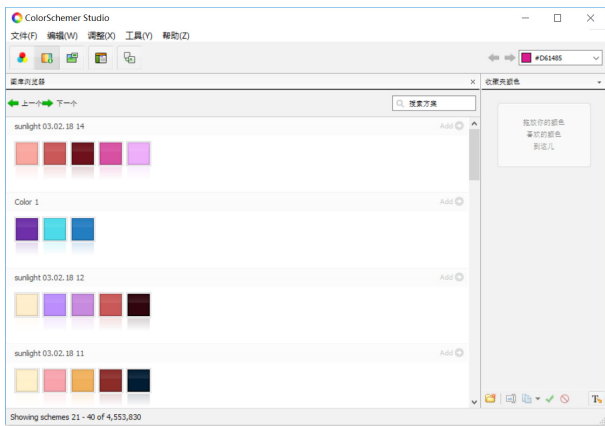
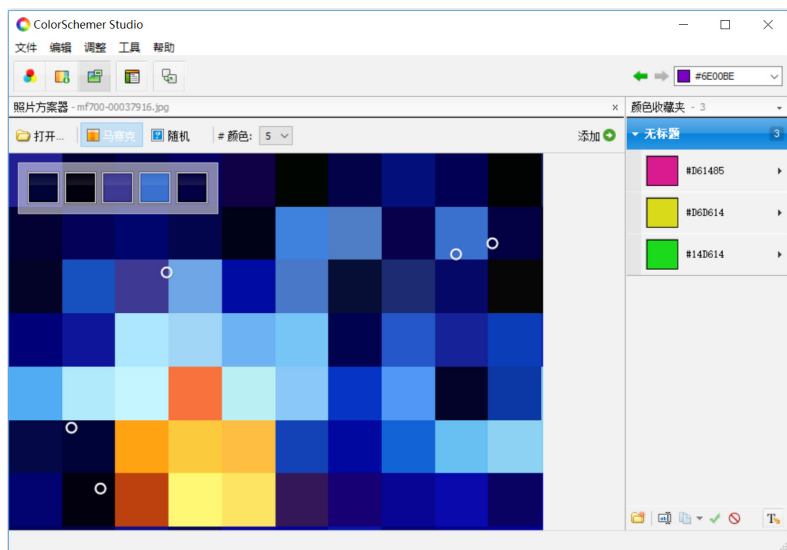


图 3-61

除此以外，ColorSchemer Studio 还提供了类似色卡的功能。在软件的顶部一排按钮中切换到“图库浏览器”模式则可以看到，色卡方案库中有数千种配色方案，都是来自 Colorschemer 网站（单击颜色名称即可在网页上查看），它们有的出自网站自己的设计，有的则是其他用户设计上传的。在网站上有配色库的专门展示和下载功能，还能看到哪些配色方案是最受用户欢迎的，如图 3-61 所示。

另外一个就是照片方案器功能。它像是 Design-Seeds 网站提供的现成色卡，只不过是手动生成，并且还可以根据自己的需要进行随机的变更，或是将图片马赛克化，或让颜色的显示更加明显，如图 3-62 所示。



· 图 3-62

Colorschemer 的功能十分强大, 除上述几个功能外, 还有诸如生成渐变色、快速预览配色方案等功能。建议大家多进行操作尝试。

3.3 文字: 体现气质的工具

我们常用“字如其人”来形容一个人的字迹, 也就是说一个人的性格和气质都会体现在他的字上。然而, PPT 中的文字并不像颜色那么显眼, 用了突兀的颜色很容易就能看出来, 而一般字体的问题却少有人问津。或者从另外一个角度来说, 我们平时看惯了太多符合主题气质的字体, 而从未想过如果换个字体是什么样的效果。图 3-63 所示为 iPhone 6 上市时苹果官网的宣传页面, 其中使用的字体是比较纤细的, 一般情况下是不会有人去思考为什么要使用这样的字体的, 但如果替换一个别的字体就会发现效果会差很多。



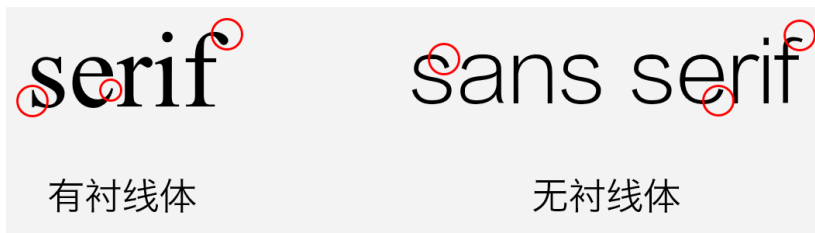
· 图3-63

3.3.1 字体

很多书或者文章里都会告诉你“PPT 里应该使用无衬线体, 而不要使用有衬线体”, 真的是这样吗? 为了搞清楚这句话是否正确, 需要先了解一下什么是无衬线体, 什么又是有衬线体, 除它俩外还有什么字体。

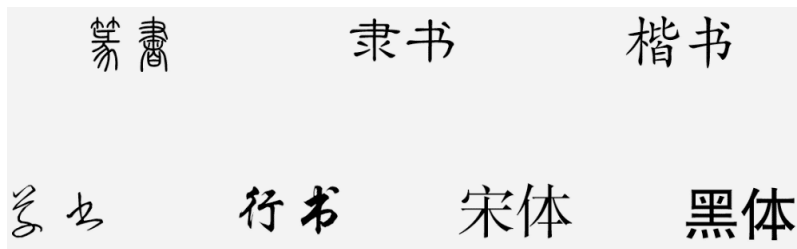
在西方字体的发展过程中生产了衬线的概念。判断一个字体有无衬线, 是看字的笔画开始及结束的地方是否有额外的装饰, 并且笔画的粗细是否会因横竖的不同而有不同。如果以上两

项都是，则可以看作有衬线体，相反就是无衬线体，如图 3-64 所示。



· 图3-64

中文就没这样分过类。练过字帖你就知道，中文字体的分类基本是按照“篆、隶、楷、草、行”来划分的。除此以外，还有“宋体”和印刷时为了和宋体相区别而发明的“黑体”，如图 3-65 所示。



· 图3-65

- 篆书是大篆和小篆的统称。前者保存着古代象形文字的明显特点；后者是指秦朝统一后的通用文字；其特点是形体均匀齐整、大篆便于容易书写。
- 隶书，从篆书发展而来，将篆书当中的一些文字、笔画做了简化。书写效果略微宽扁，横笔画长而竖笔画短，呈长方形状。
- 楷书，由隶书演变而来，更加简化，在原有的字体上进一步追求文字的形体美。这种字体无论是作为手写体还是电脑字体都很常见，从汉代至今经久不衰。
- 草书，也是一种由隶书演变而来的字体，特点是结构精简、笔画连绵。
- 行书，分为行楷和行草两种。它是在楷书的基础上发展起源的，介于楷书、草书之间的一种字体，是为了弥补楷书的书写速度太慢和草书的难于辨认而产生的。

如果按照有衬线体和无衬线体来区分，那么我们根本无法判断在 PPT 里究竟该使用何种字体。让我们在回到那句老话“字如其人”，具体选用什么样的字体，应该看这个字体的气质是否符合我们所要传递的信息。字体的气质，具体体现在笔画粗细、线条曲直、结构疏密等方面。

1. 粗与细

笔画粗则浑厚有力，笔画细则单薄轻巧，这是一种直接、粗浅的观感，如图 3-66 所示。

- 粗笔画字体在排版上会形成高密度的文本块，这是因为笔画加粗，字体的负空间就会减小，视觉面积加重，产生一种压迫感，进而形成视觉重心，产生强调的作用。所以，粗体字经常用于标题和标语上，占据显眼的位置，产生强调的作用。



· 图3-66

- 细笔画字体在视觉面积上较淡、较轻。缩小了视觉面积后，笔画间的空间增大，结构显得疏朗清透，较小的视觉分量亦不会让读者产生压迫感。

2. 曲与直

字体笔画的曲直走向赋予了字体力量和弹性，如图 3-67 所示。笔直的线条代表了坦荡、干脆和果敢，但也可能意味着死板与偏执。直线赋予字体一种阳刚的气质，曲线则赋予字体一种阴柔的气质，更多了一分包容与婉转。



· 图3-67

绝大多数字体并非是由单纯的直线或者单纯的曲线构成的，横竖为直，撇捺有曲，有曲有直才显得刚柔并济，有力量，也有弹性。

3. 松散与严谨

日常生活中的文字书写显得轻松、活泼，有一种随性不羁的美。而碑铭殿堂上的文字，则有一种严谨端庄的美。其本质的区别则是结构的松散与严谨之分，如图 3-68 所示。



· 图3-68

儿童的世界没有太多的规则约束，儿童的字体也显得稚嫩活泼。所以结构松散的手写体经常运用在儿童题材或者轻松诙谐的阅读环境。

楷书，顾名思义有楷模之意，它也象征着传统儒家文化中为人的标准，品行端方，刚正不阿。所以，结构严谨的楷书常用于庄重的书体或者碑铭。

4. 简与繁

这里所说的简与繁并不是简体与繁体，而是笔画细节的复杂程度，如图 3-69 所示。举个最简单的例子，有衬线体相对来说要比无衬线体更复杂一些，宋体也比黑体更复杂一些。正如花纹繁复华丽是古典家具的典型特征，简洁实用的宜家家居是现代生活的典范一样，字体的繁复与简单一定程度上也代表着古典与现代走向。



· 图3-69

在选择字体前，先问问自己想要什么样的感觉，然后再尝试电脑上所安装的字体，让使用的字体和自己的感觉相匹配。

5. 常见字体推荐及资源工具

图 3-70 列举了许多具有不同气质的字体。



· 图 3-70

图 3-71 列举了这些字体的一些实际应用。



图 3-71



· 图3-71（续）

以上推荐的这些字体在电脑系统里是没有的，需要下载安装。在这里向大家介绍一个获取字体的网站资源——求字体网。在这个网站中除可以下载（或提供字库链接）各大字库的字体外，还有一个十分实用的功能，就是对那些你觉得好看而又不知道名字的字进行查询。方法如下：

Step1 在网页上将要查询的字体截图保存。

Step2 在求字体网中上传刚刚的截图。先单击“浏览”按钮找到刚保存的截图，然后单击“开始上传”按钮，系统则开始匹配，如图 3-72 所示。



· 图3-72

Step3 根据系统的提示输入确认文字。按照网站给出的提示，输入文字的偏旁部首，然后进行搜索，如图 3-73 所示。



· 图3-73

Step4 一般会给出多个搜索结果，你可以将结果与原字体对照，选择要下载的字体的。

当字体下载好后，需要把它们安装在电脑上，可以通过以下两种方法：

- 双击打开字体安装程序，然后单击右上方的“安装”按钮。
- 复制字体，然后将其粘贴到“C:/Windows/Fonts”中。

丰富多样的字体会让 PPT 提升一个档次，但是需要留意的是，如果最后播放的电脑和制作的电脑不是同一台，则需要将文字嵌入 PPT 里，或是另存为图片，否则很有可能会出现“丢字体”的情况。比如 PPT 中的文字使用的是“康熙字典体”，为了防止“丢字体”，可以使用以下两种操作将字体嵌入。

- 单击“文件”按钮，然后在侧栏中单击“选项”按钮，单击“保存”按钮，在最下面的选项框中选择“将字体嵌入文件”，如图 3-74 所示。

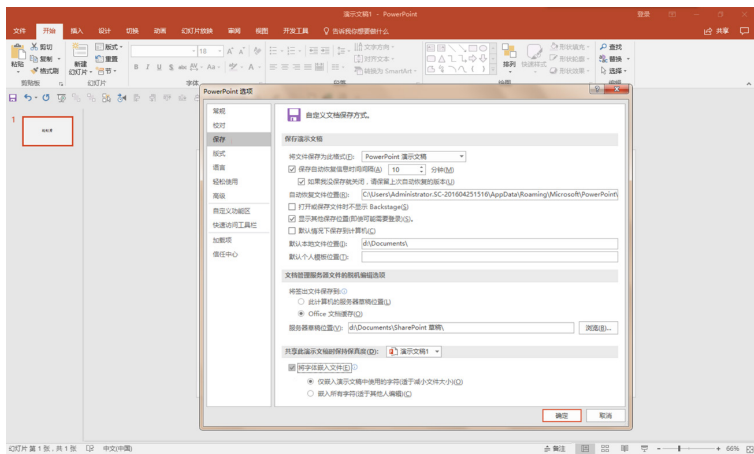


图 3-74

- 使用“选择性粘贴”选项另存为图片。在对原文字进行复制后，单击鼠标右键，在弹出的快捷菜单中选择“图片”命令，如图 3-75 所示。使用这种方法后文字就变成了图片，不可再进行编辑，如果字体原本存有动画效果也再无法显示。

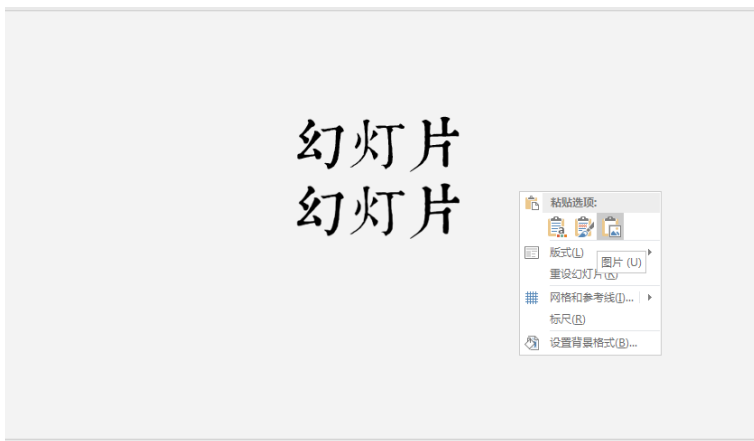


图 3-75

3.3.2 文字格式

PPT 中的文字在页面上呈现的视觉效果，需要通过文字的字体、段落、填充、艺术效果来进行设置。在这些设置中包含了大量的通用功能，例如下画线、编号、文字方向等。这里只对需要注意的事项加以说明，对于这些大家常用的功能就不再赘述。

1. 字体的设置

主要会涉及字体、字号、文字颜色等内容。

在选择字体时应尽可能先定字体再选定字号，因为不同的字体即使字号相同，在页面上的大小也会不同。图 3-76 中，同为 66 号字体，但从左到右的视觉观感却是逐渐变小的，先定字

体可以减少操作次数以提高制作效率。



· 图3-76

在确定 PPT 中的字号时，不可一味地只以某一固定字号为标准，比如标题用 32 号，正文用 24 号之类的标准，应依据投影幕布、房间面积、观众年龄（视力）等因素来决定。一般情况下，电脑屏幕尺寸、电脑与投影幕布的距离、会场面积三者成正比。当然，最保险的确定字体的方法还是提前一天到最终的演练环境中进行测试，否则可能出现看不清文字或页面较拥挤的情况。

2. 段落设置

段落设置主要包括段落文字的对齐方式和行距。前者包括了左对齐、居中、右对齐、两端对齐、分散对齐五种。根据经验，后者一般在 0.5~1.25 倍行宽，对应的行距倍数一般设置在 1.0~1.75，如图 3-77 所示。



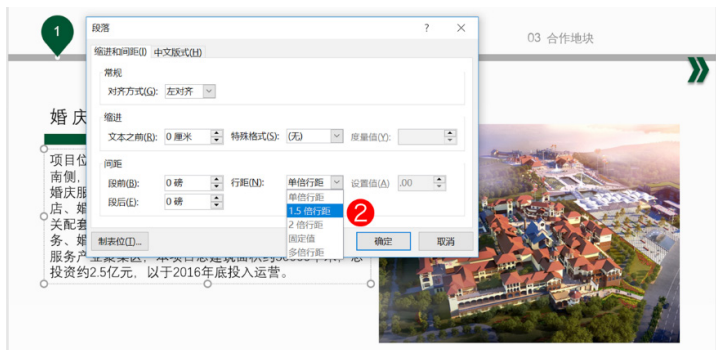
· 图3-77

PPT 里的文字经常会成段地出现，这时段落里的文字格式决定了阅读者在接收内容时的方便与否。如图 3-78 所示，内容文字为左对齐，行距为 1.0，这种展现方式显得十分拥挤，不利于阅读，并且右侧的文字在段内没有对齐。



· 图3-78

调整时,可以在段落中单击鼠标右键,在弹出的菜单中选择“段落”命令,选择“1.5 倍行距”,先改变上下行之间拥挤的状况,然后将“左对齐”改为“两端对齐”,即在文本框内均匀地分布文字,如图 3-79 所示。



· 图3-79

3. 填充设置

填充设置包括纯色、渐变、图片、纹理和图案等填充,这些都是 PPT 元素的通用设置,如图 3-80 所示。



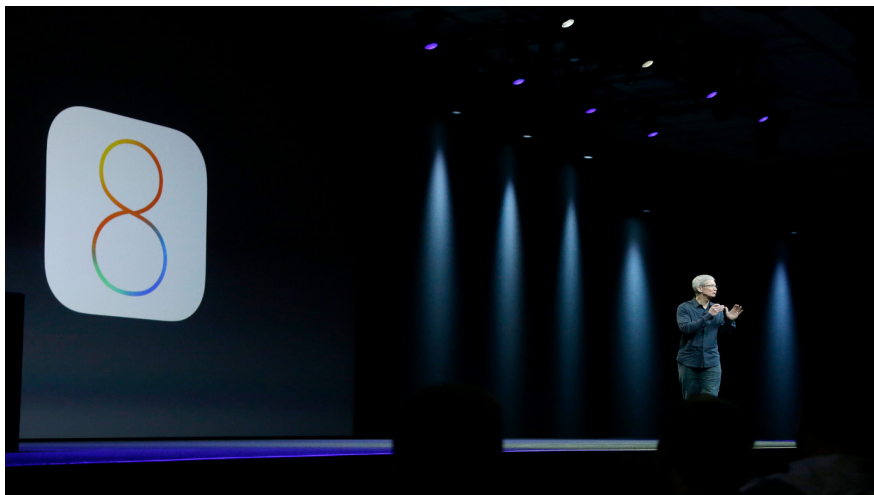
· 图3-80

- 纯色填充，是最常使用的一种文字填充模式，可以直接在主题色和标准色中选取颜色，也可以在 PPT 外部进行取色。图 3-81 所示就是将人物的名字设定成金色，这与灰黑色的图片背景形成了明显的反差。



• 图 3-81

- 渐变填充，可以让文字不再那么单调。图 3-82 是在苹果发布会中使用的彩虹字，在 PPT 里设置多个光圈颜色即可以实现。



• 图 3-82

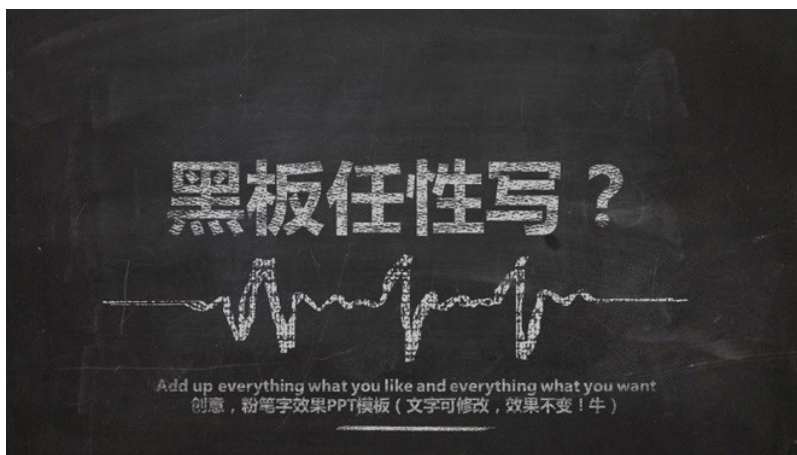
- 图片或纹理填充，可以让文字产生一种镂空的感觉。如图 3-83 所示，仿佛是透过标题文字看见了香蕉一样，在使用图片时需要注意填充后图片的位置。



快速 消费品 行业调查 报告

· 图3-83

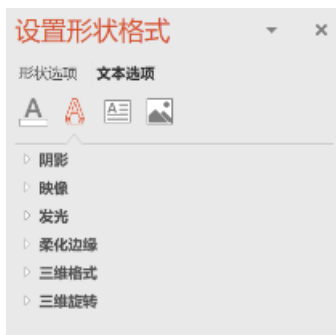
- 图案填充，Power Point 中提供了很多内置的可调节颜色的纯色和纹理。可以任意修改图案的前景和背景颜色，从而做出创意的字体效果。图 3-84 所示为粉笔字效果。



· 图3-84

4. 效果设置

效果设置主要包括阴影、映像、发光和三维效果等设置，如图 3-85 所示。



· 图3-85

一般不建议使用效果设置。因为这些效果虽然能够突出文字，但是有时却很难和页面上的其他元素相融合，如若处理不当，反而弄巧成拙。

3.4 常见 PPT 风格与情绪板

PPT 的风格，除取决于背景、颜色、文字外，还和其代表性元素有关。这种不同风格之间的代表性元素，就犹如哥特式教堂高耸的尖塔与俄罗斯式教堂浑圆饱满的穹顶，能让人一眼就看出其中的差别。

本节介绍一些常见的 PPT 风格。在日常的工作中，可以根据自己实际的工作需求，参照相应的风格对照着制作或是直接下载模板进行套用。对于那些没有明确风格、泛而空的 PPT 设计要求，我们可以借鉴设计师常用的方法——情绪板，快速地获取参考风格后进行模仿制作。

3.4.1 常见风格

制作 PPT 时有一点必须要牢记于心——风格一致。如果选定了一种设计风格，则 PPT 里所有的页面和元素都要遵循这种风格，否则就会出现如图 3-86 所示的情况，背景属于中国风，而逻辑图示却是立体拟物的。



图3-86

如果需要风格统一，则需要将拟物的线框换成具有中国风的元素，比如水墨风格，再将字体变成手写体，如图 3-87 所示。



· 图3-87

下面罗列了 7 种常见的 PPT 风格。

1. 欧美风

这类 PPT 最大的特点是使用高清大图。一般图片所占的面积都比较大，要么作为背景占据整个版面，要么作为配图占到一半左右的版面。因为使用图片的缘故，所以一般都会配上纯色的色块或者是半透明的色块，这样能让无衬线字体看得更清楚一些，如图 3-88 所示。



· 图3-88

2. 中国风

代表性元素是这类 PPT 最大的特点，除了前面说的水墨元素以外，还有很多元素都可以运用到中国风里，比如云纹、宫阙、茶具、枯荷和折扇等，如图 3-89 所示。



· 图3-89

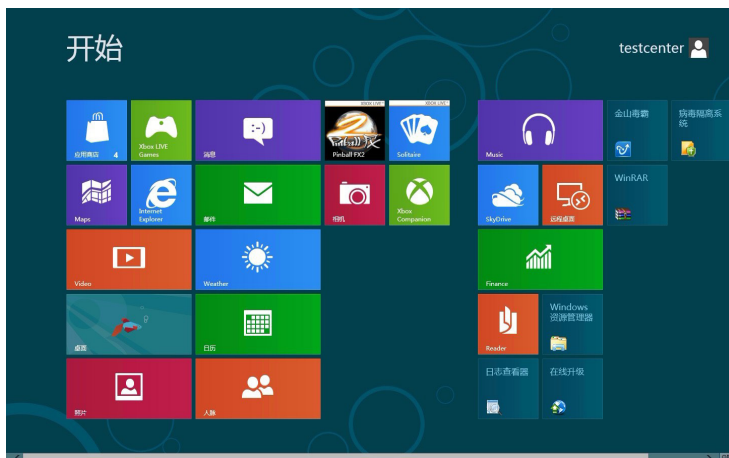
在中国风的 PPT 设计中, 使用的色彩颜色以淡雅为主, 颜色的饱和度都比较低, 而且颜色偏向于复古, 字体多采用衬线字体或毛笔字体, 让人感觉非常高级, 如图 3-90 所示。



· 图3-90

3. 扁平风

这种风格的所有元素都摒弃高光、材质、阴影等会干扰信息传达的效果, 更加直观地传递信息。这类设计风格始于微软的 Metro 设计, 从 Windows 8 到 Windows 10 中都可以看到这种风格, 如图 3-91 所示。



• 图3-91

为避免设计的简化给人带来的审美疲劳，扁平化的 PPT 在颜色搭配上十分醒目，并且经常配以图标或人物图形以提升页面的趣味性，如图 3-92 所示。



• 图3-92

4. 微立体

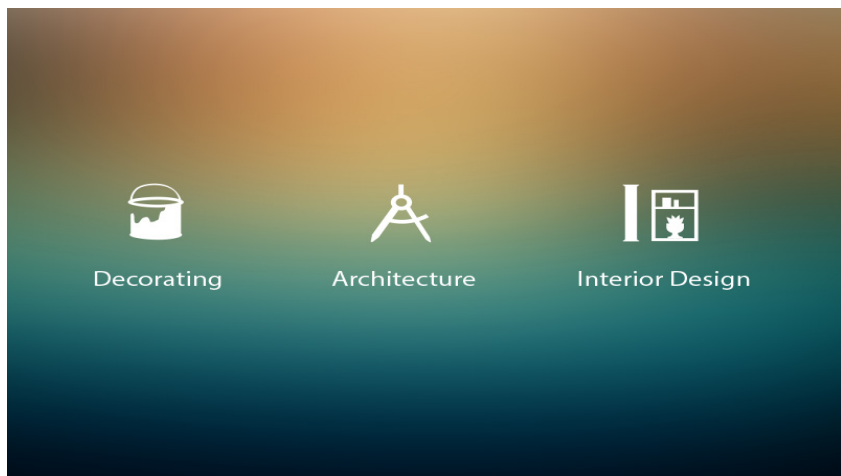
该类风格的特点是, 对形状元素进行三维效果设置、渐变填充以及阴影设置, 得到立体的效果, 在视觉上比扁平风更有质感, 如图 3-93 所示。



· 图3-93

5. iOS 风

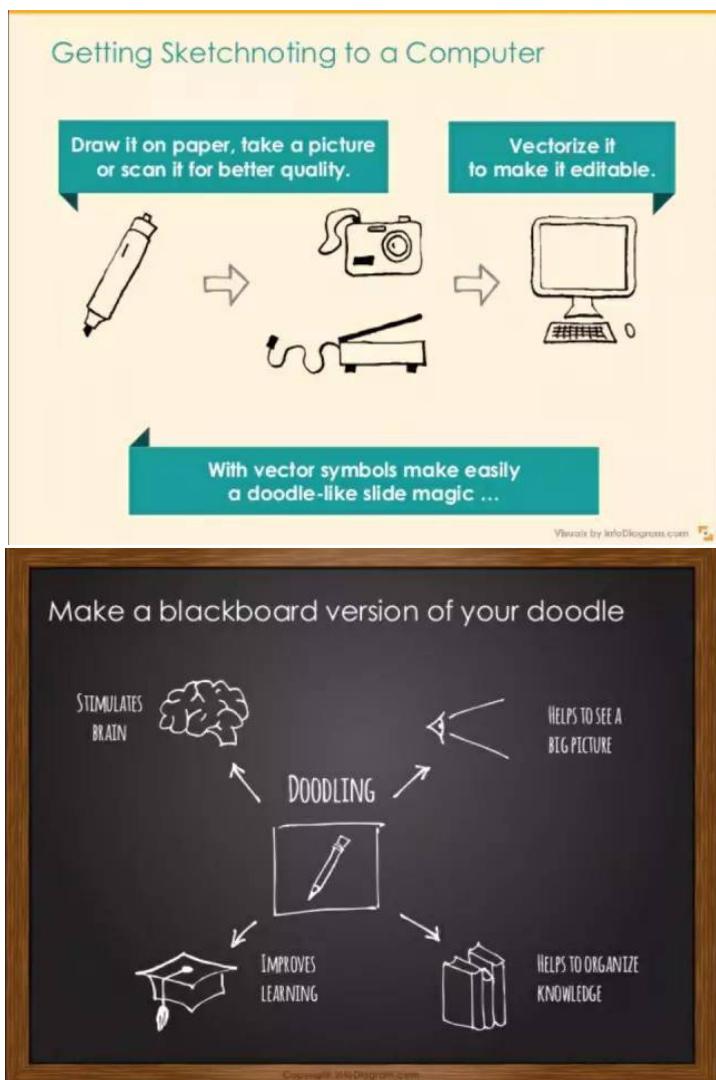
这类 PPT 都是在模仿苹果的 IOS 设计风格, 最大特点就是背景呈一种朦胧模糊的状态, 在前端的文字、图标和形状多为白色, 且形状一般都是半透明的色块。图 3-94 所示为使用色块和图片进行模糊处理后的效果。



· 图3-94

6. 手绘风

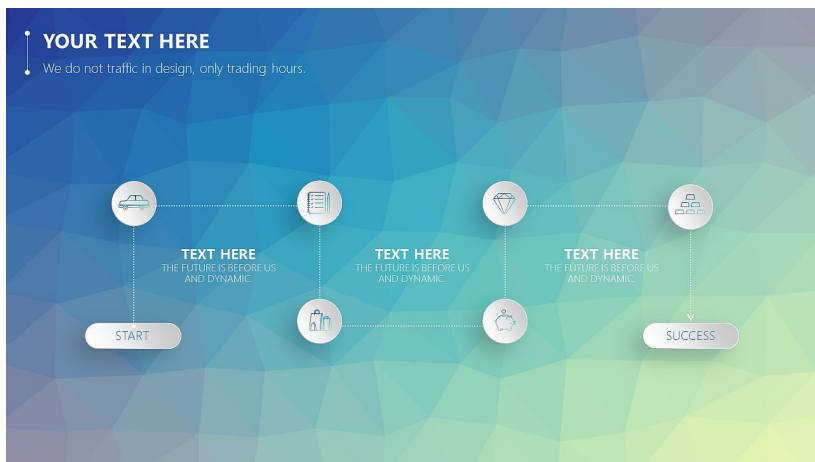
手绘风特点是元素有趣且个性，可轻松地营造氛围，传递情绪。绘画功底比较强的人可以直接通过画笔将内容呈现出来，否则就需要收集手绘的图形素材，并使用比较卡通的字体，如图 3-95 所示。



· 图 3-95

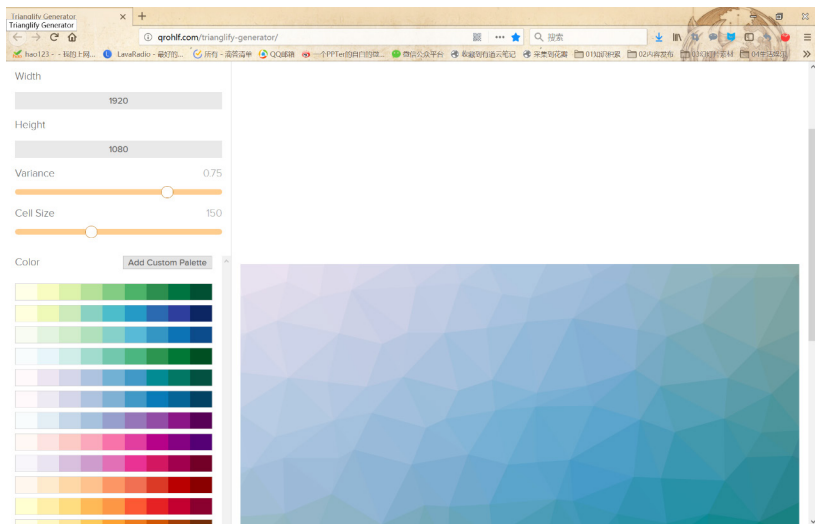
7. LowPoly 风格

这种风格的特点在于通过形状不一的三角形将画面分割，从而提升质感，如图 3-96 所示。



· 图3-96

要做出这种风格的效果，基本上都是在 PPT 里添加一张背景图片，这一类型的图片都是用专业工具或网站生成的，比如在 Trianglify-generator 有相应的资源，如图 3-97 所示。



· 图3-97

LowPoly 风格需要处理得当，以避免干扰了内容。

在实际的制作过程中，如想要某种风格的 PPT，则需要先掌握这种风格的制作技巧，或是拥有一定量这种风格的代表性素材，这样可以快速地完成该风格的 PPT。

3.4.2 情绪板

有时，我们会听到别人说自己的 PPT 做得不够大气、不够简洁、不够精致之类的话，对于这些词汇的理解，每个人的答案都会不同，因此我们不妨借助情绪板来模仿一些优质的设计作品，对 PPT 进行设计上的优化。

情绪板诞生于 20 世纪非资讯时代，通常要求参与者从日常报纸杂志中挑选出符合“某种心情意境或关键词的”图片，把图片剪下来，然后粘贴在一起，从而引起某些情绪反应，以此作为设计方向形式上的参考，同时也可以为配色方案、视觉风格提供设计指导，为设计师提供一些设计方向和指引。

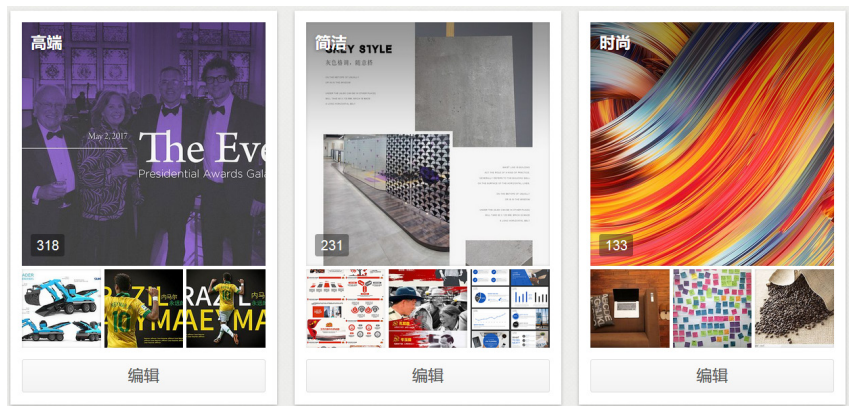
情绪板的使用大致包含以下三步：首先是确定情绪关键词，其次是收集生成情绪板，最后是分析提取设计元素。

1. 确定情绪关键词

在做 PPT 之前，应该结合最终使用的情境及想要带给观众的体验明确一些关键词。比如，你想要的设计可能是高端的、简洁的、时尚的，但只有关键词是不够的，应该尽可能地让它具象化，你可以问问自己说到“大气”会想到什么？觉得什么样的颜色可以代表“简洁”？这样可以发散思路，为收集情绪板做好铺垫。

2. 收集生成情绪板

在确定好关键词后，需要通过搜索引擎和设计网站（如 Dribbble、Pinterest 或 Behance 等），去收集大量对应的素材图片来匹配关键词。可以将这些图片保存到本地，也可以使用 Invision Board、Pinterest、花瓣网（在第 4 章会讲到）这类创作收集网站来进行归类整理，如图 3-98 所示。



· 图3-98

3. 分析提取设计元素

最终要做的就是从这些收集来的图片中找出共性，分析判断其中的设计元素是否可以用于我们的 PPT。比如参照图 3-99，那我们的 PPT 里是否可以使用开口的线框？深蓝色与咖啡色是否符合我们的定位？这个字体的感觉如何？



· 图3-99

如果这一切都符合要求，就可以将图片放入 ColorSchemer Studio 内得到颜色搭配的方案，再使用工具截取页面上的文字，然后在求字体网上找到该字体或较为近似的字体，最后将相应的配色和字体使用在 PPT 里。

◀ 04 图形表达，还原文字、数据本来的面貌 ▶

在确定要把 PPT 做成什么风格后，就可以参照前面已经在白板或便利贴上画好的图形，对导入 PPT 里的文字进行视觉化的转换。

在传播 PPT 时，文字与图形相比有很多劣势：第一，会产生歧义；第二，不够直观，需要看的人费脑子再想一遍，最常见的就是在问路时，文字信息不如导航地图来得直观；第三，难以理解，即人们常说“我认识纸上的每一个字，但是我就是不明白这个句子的意思”。这时配上一张图片或是一个逻辑图，效果就会好很多。

- 图片：影响 PPT 精美程度最大的元素。在某种程度上，一张好图片就是一页好 PPT。
- 图表：PPT 里自带图表格式十分丑陋，应尽可能地美化它。
- 形状：不论修饰页面，还是制作各种各样的素材，形状一定是 PPT 里功能最全的元素。

4.1 图片：把文字还原为本来的面貌

一页 PPT，如果用中文来展示，则只有懂中文的人能看懂；如果用英语来展示，也只有懂英语的人能看懂；可是如果配上图片来说明，即使看的人不懂这种语言文字，也能够对其中的意思明白一二。

图片在趣味性、冲击性、感染性和记忆性上都有不可替代的作用，如果运用得当，甚至可以决定一次演讲的成功与否。

（1）趣味性。使用图片可以引发观众的兴趣，比如讲 Kiss 原则（Keep It Simple, Stupid）时，可使用一张真正 Kiss 的图片，如图 4-1 所示。



• 图 4-1

（2）冲击性。当讲述中国春运时，说再多的话也描述不出图 4-2 所示的震撼效果。



· 图4-2

(3) 感染性。图片除了可以表达文字信息本身的内容外，还可以通过画面自身的信息及色彩明暗的变化来调动观众的情绪。如图4-3所示，与左侧的图片相比，右侧的图片更让人感觉到留守儿童是一个需要帮助和关怀的群体。



· 图4-3

站在演讲者的角度来看，使用图片有助于观众长时间记忆。我们都知道话语会“左耳朵进，右耳朵出”，但是图像往往会留存在脑海里。

4.1.1 图片类型

PPT 中使用的图片是照片、剪影、图标、手绘和剪贴画等。

1. 照片

照片的画面感一直以来都是 PPT 的加分项。照片需要考虑构图、明暗、色彩等，当效果不是很理想时，需要通过 PPT 自身或外部的工具来进行美化。图 4-4 所示的照片都做了裁剪六边形的处理。

領帶

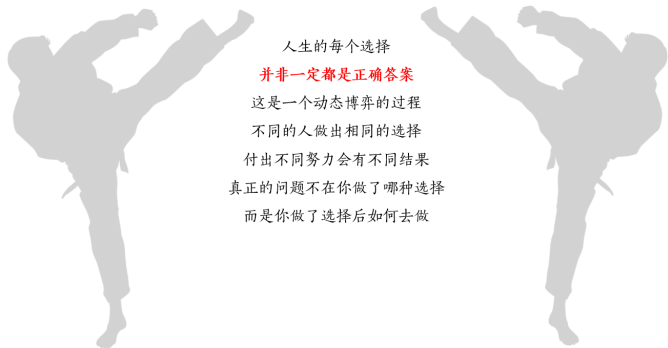
法国路易十四统治时期，因受到罗马军装穿着形式的影响，皇家联军渐渐流行蕾丝滚边的服装，并在领口处以简单的系结作为装饰。渐渐地，原本的领结被一种较小的高领圈取代，上面并缀有皱褶。当时流行的打法，即在领圈的底部系上长形黑色缎带。后来，缎带开始变宽，慢慢地成为社会地位的特殊符号，并因此开始风行。



· 图4-4

2. 剪影

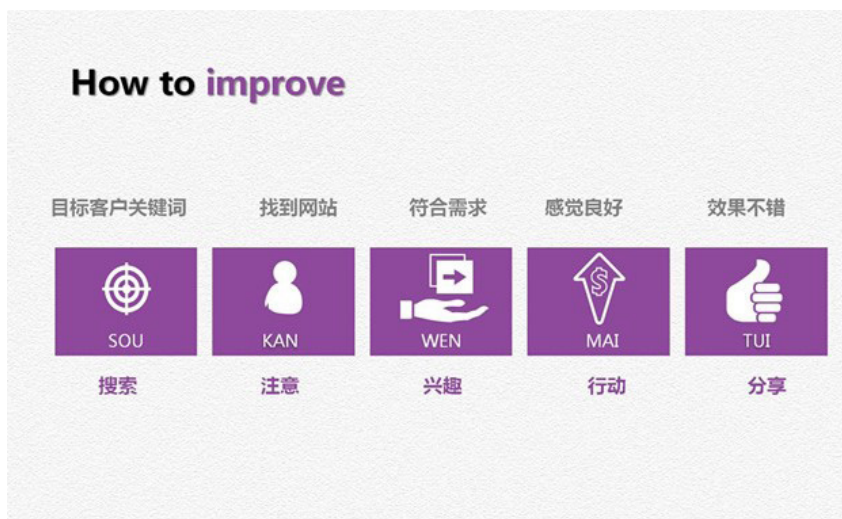
剪影主要是用来调剂页面，让整个页面不再那么单调。照片的效果过丰富有时会抢眼，而剪影一般都只体现人、物的外形，让观众可以把更多的注意力放在内容上。在图 4-5 中，灰色剪影的使用避免了页面左侧留有大量的空白，且不会过多地抢去橙色文字对人的吸引力。



· 图4-5

3. 图标

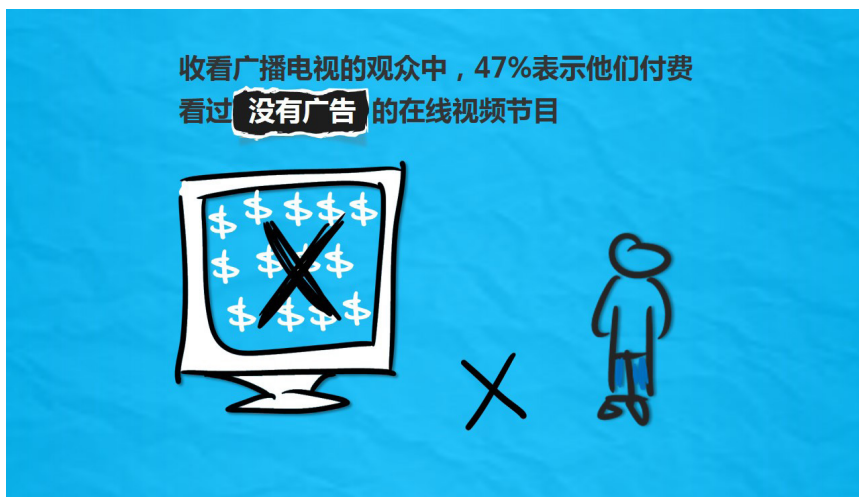
图标是一种高度精练化的图片。我们日常使用的 APP 都是以各种各样图标的形式展现在我们手机里的。图标一般有两种：一种是拟物化的图标，另外一种就是扁平化的图标。在 PPT 里，图标一般都用于辅助内容的理解，如图 4-6 所示。



· 图4-6

4. 手绘

手绘图片一般风格都比较轻松。如果你的绘画功力不错，也可以将内容画在纸上扫描到电脑里，或是直接使用电脑画图软件将要讲的内容绘制出来，最后保存成不同格式的图片添加到 PPT 里，如图 4-7 所示。



· 图4-7

5. 剪贴画

在早期 office 软件里自带的图片，风格老旧，不建议使用。

以上类型的图片在电脑里都是以各种不同的格式存在的。

- JPG 是最常用的图像文件格式，是一种有损压缩格式。能够将图像压缩在很小的储存空间，但容易造成图像数据的损伤。当一张 jpg 图片被多次保存后会变得模糊不清。
- PNG 是一种仅次于 JPG 的图片格式，是一种无损压缩的格式，PNG 可以为原图像定义 256 个透明层次，使得彩色图像的边缘能与任何背景平滑地融合，从而彻底地消除锯齿边缘。
- GIF 是一种将多幅彩色图像存放在一张图片里的图片格式，把存于一个文件中的多幅图像数据逐幅读出并显示到屏幕上，构成一种最简单的动画，即我们说的动图。这种图形一般都不是太清晰，因为它最多只支持 256 种色彩，当在 PPT 里放大使用时就会显得很模糊。
- WMF 是 Windows 中常见的一种图元文件格式，属于放大不会失真的矢量文件格式。它具有文件短小、图案造型化的特点，整个图形常由各个独立的组成部分拼接而成，其图形往往较粗糙。
- EMF 是微软公司为了弥补 WMF 的不足而开发的一种增强性图元文件格式，也属于矢量文件格式，其目的是使图元文件更加容易接受。
- EPS 文件格式又被称为带有预览图象的 PS 格式，它在 Mac 和 PC 环境下的图形和版面设计中广泛使用。PPT 不能直接使用 EPS 文件，需要通过 AI 进行转换。
- SVG 是一种开放标准的矢量图形语言，可任意放大显示，边缘异常清晰。文字在 SVG 图像中保留可编辑和可搜寻的状态，没有字体的限制，生成的文件很小，下载很快。
- PSD 是 Photoshop 图像处理软件的专用文件格式，可以支持图层、通道、蒙板和不同色彩模式的各种图像特征，是一种非压缩的原始文件保存格式。
- CDR 是著名绘图软件 CorelDRAW 的专用图形文件格式。由于 CorelDRAW 是矢量图形绘制软件，可以记录文件的属性、位置和分页等，但它在兼容度上比较差。

在 PPT 里所有的元素通过“选择性粘贴”都可以变为图片，比如为了防止字体丢失可以将文字另存为图片，一些图片之间还可以进行格式之间的转换。

4.1.2 图片查找

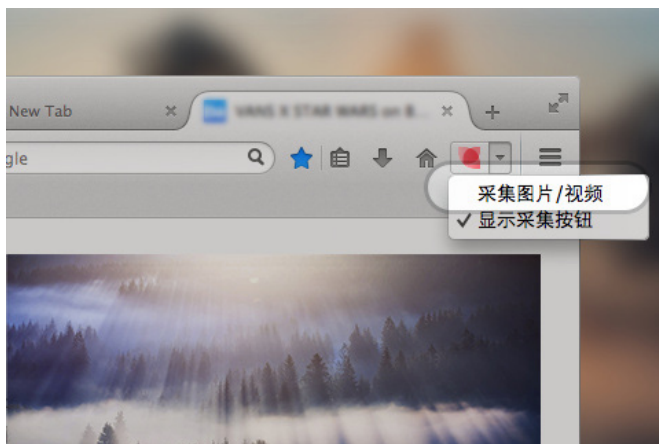
一说找图，很多人就会犯囤积图库资源的老毛病，其实想找一张合适的配图，要的不光是丰富的图库资源，更需要一定的查找方法，有时资源过多反而会造成选择上的障碍导致效率低下。另外，还有非常重要的一点，图片也是有版权的，除非你已经付费或者你使用的是免费图库，否则都是不可以商用，因此在选择时应该弄明白图库资源的属性。

找图包括两部分，日常收集和刻意搜索。

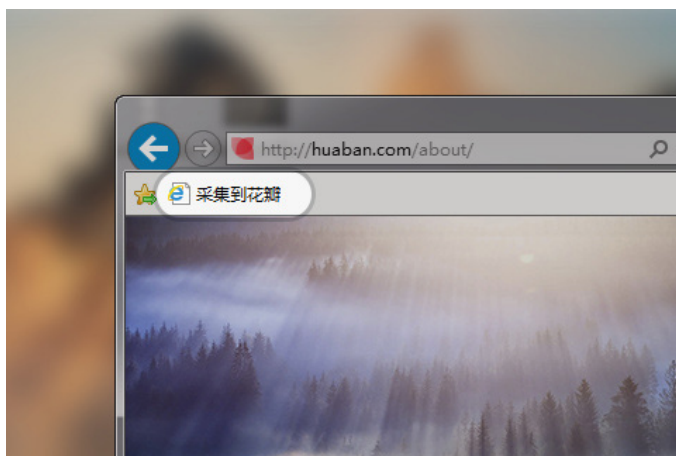
1. 日常收集

通过日常收集可以慢慢地建立属于自己的图片库，在需要使用图片时可以直接从中调取，减少搜索时间。本书介绍的日常收集工具是花瓣网的采集工具，利用该工具可以将网页上的任意图片保存到花瓣网。

首先需要在自己的浏览器上安装花瓣采集工具的插件，如图 4-8 所示。如果浏览器禁止了插件功能，还可以安装书签栏采集工具，如图 4-9 所示。

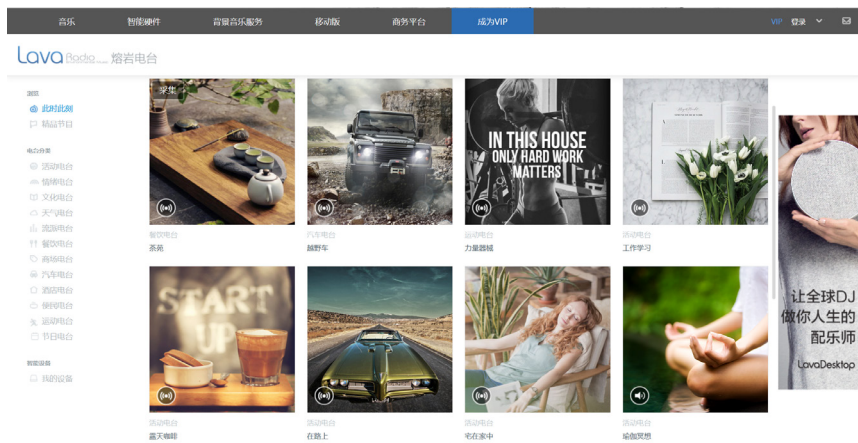


· 图 4-8



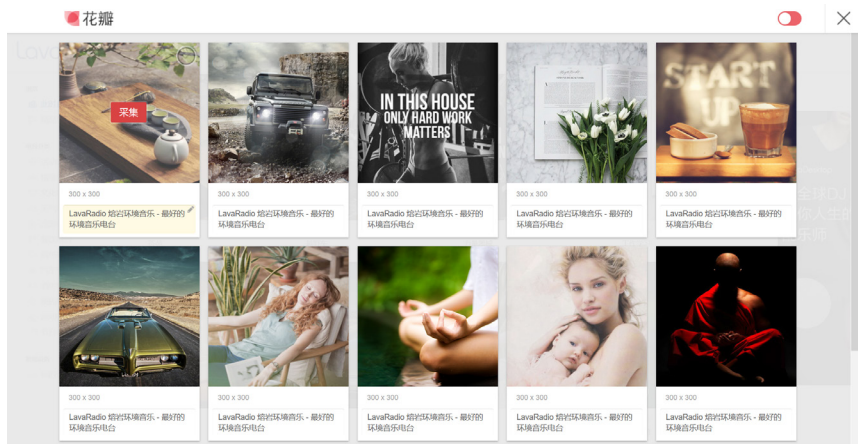
· 图 4-9

在你浏览网页时如果发现了有趣或是觉得日后能用得上的图片，只需要将鼠标放在图片上就会出现一个采集的按钮，如图 4-10 左上角的图片，这时只需要单击“采集”就可以将中意的图片存放至你花瓣网的账号下。



· 图 4-10

当网页上有许多张照片你都想要保存时，可以单击浏览器上的采集工具插件或是书签栏采集工具进行一次性采集，并且这时还可以看到图片的尺寸大小，如图 4-11 所示。



· 图 4-11

还可以根据自己的喜好创建不同种类的画板，然后把采集的图片进行分类。那些会带给人意外惊喜的图片往往都是通过这种方法获得的。

2. 刻意搜索

刻意搜索都因为临时突发的工作任务而起，这种查找目的性更强，会涉及搜索引擎、图库两种工具。

(1) 搜索引擎——百度。百度搜索到的图片质量都不高，也很难有成套风格统一的图片，但是它还是有很多可以借用的地方。

首先，可以按照图片的颜色来查找图片，如图 4-12 所示，这为我们查找相应格调的图片提供了便利，特别是查找一些纯色背景的图片配合 PPT 的设置透明色和删除背景功能来使用。



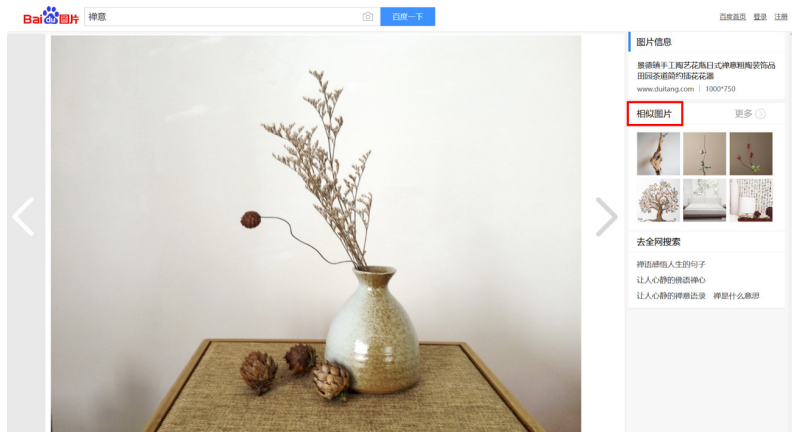
· 图4-12

其次，可以按照图片的大小来查找图片，如图4-13所示，这在为选择一些背景图时提供了便利，可以快速地找到那些高清图。



· 图4-13

第三，类似图片的功能可以让你找到更多画面风格相似的图片，帮助整个PPT统一风格，如图4-14所示。



· 图4-14

最后，就是以图搜图的功能，当手头的图片质量不是很满意时，可以将图片上传到百度上，搜索引擎会自动查找一样的图片。如图4-15所示，只要在搜索框中单击照相机的图标，就可以选择你要查找的图片。

(2) 图库——全景网。在全景网上有很多商务风味的图片，每张图片都可以下载小样图，大部分的图片都是成套的，即当你点开其中的一张图片后可以看到相同场景、相同模特拍摄的其他图片，这会为你节省大量的找图时间。比如你要找一张职场新人介绍的图片，在搜索页面时，你选择了一张图片，点开你发现在原图片下面还有其他类似的图片，如图4-16所示。

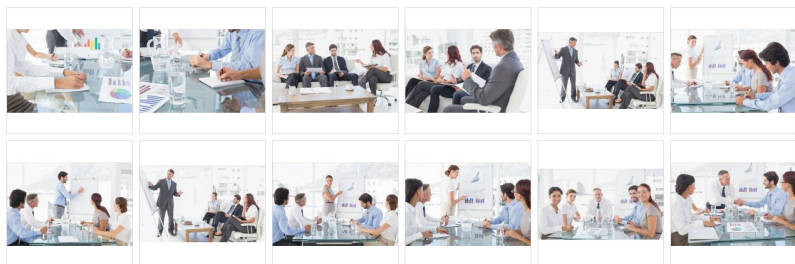


· 图 4-15



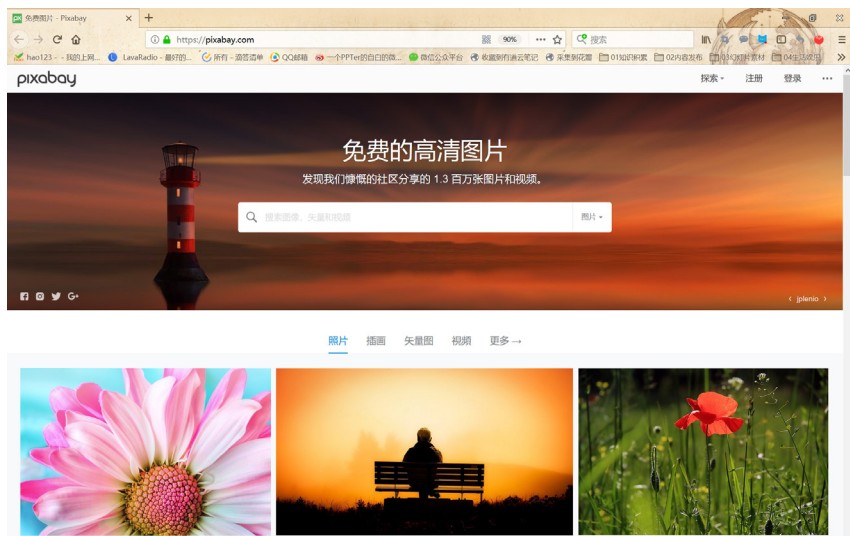
更多图片

浏览更多>



· 图 4-16

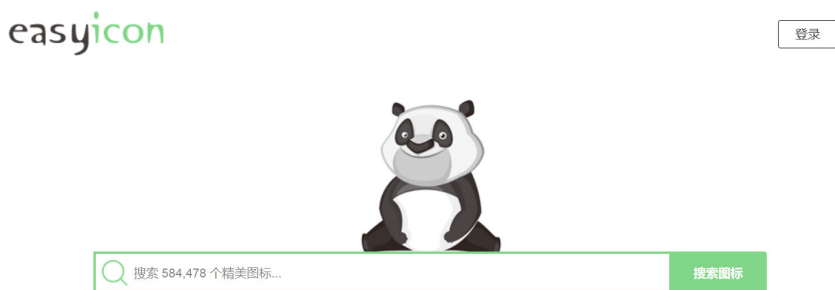
全景网上的图片都是要付费的，还可以在另外一个网站 Pixabay 上找寻免费的图片，如图 4-17 所示。



• 图 4-17

这家位于德国多瑙河畔的公司提供了 130 万张高清图，所有的内容都是在 CC0 Creative Commons 下发布的，这使得它们可以安全地被使用，而无须为创作者署名——即使出于商业目的。

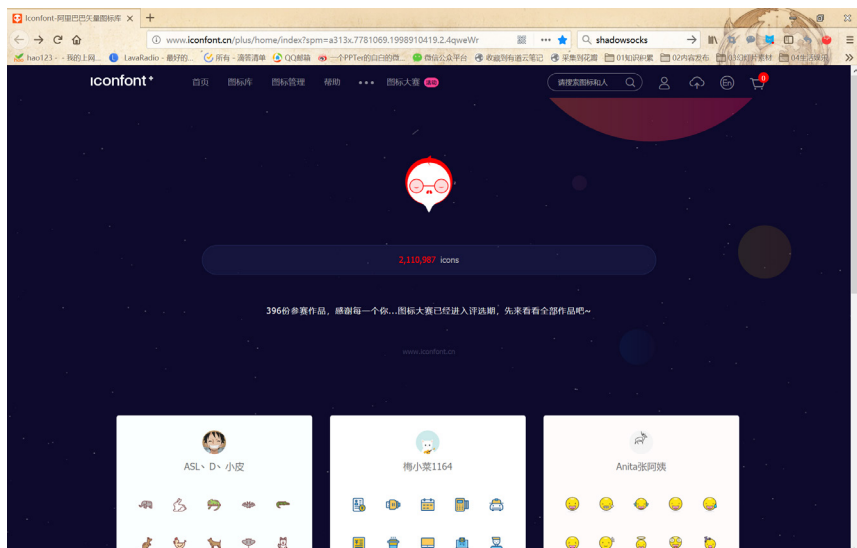
以上的图库资源大多数都是以照片为主，如果要下载图标可以在 easyicon 上进行查找，它支持中英文搜索，还可以选择图标打包下载，如图 4-18 所示。



• 图 4-18

另外，阿里巴巴出品的 iconfont 也是不错的选择，图标均为扁平风格，无须注册即可下载，同样支持中英文搜索，如图 4-19 所示。

以上推荐的图库资源都只是基于作者个人的使用习惯及经验，除此以外还有很多优秀的图库网站，如 500px、1x、Flickr、Unsplash 和 Stokpic 等，大家可以根据自己的制作需求选取不同的网站进行资源的查找。



· 图4-19

图库本身并不能帮你找到优质图片，在刻意搜索中最头疼的一件事就是用某个词进行搜索时，各种网站尝试遍了也未能找到一张符合心意的图片，特别是那些抽象化的内容。这时就需要对关键词进行优化，对它进行扩展并且尽可能地具象化。

有一些关键词可以使用词义延伸的方法，找出其近义词和反义词然后再进行搜索，比如用关键词“环保”很难搜到与主题相契合的图片，那可以将关键词换成反义词“垃圾”“污水”等意思相反且很具体的词汇。

还有一些关键词可以使用词义发散的方法，通过联想和类比产生一些新的关键词。比如“霸气”可能会让你联想到“帝王”，紧接着你就会想到诸如“汉武帝”“李世民”之类的词汇。再如“合作”这样的词汇，你通过联想也许会想到“握手”，但你想不落窠臼富有一些创意，那么通过类比词语的含义，可能会想到诸如“蚂蚁搬家”“狼群觅食”等词汇。这种发散思维需要积累和练习。如实在无法发散联想到其他关键词，也可以直接在百度里利用关键词进行搜索，然后根据百度图片的结果进行思维发散。

最后还可以通过词语转换将中文转为英文等语言文字，特别是对于一些本来就是外文翻译过来的内容在需要配图时，用其本来的语言文字搜索到的内容会更丰富些。比如本书中说的“移情图”“故事板”用中文搜索到的资源有限，而换成“Empathy Map”“Storyboard”后就会出现许多搜索结果。

4.1.3 图片选择

用一个关键词进行搜索会有无数结果，从众多的结果里要挑选出一张满意的照片需要从关联性、清晰度、精美度和统一性四个方面进行考虑。

1. 关联性

如果你挑选的图片与内容无关，或是无法传递出页面所要表达的信息，那这张图片对于 PPT 来说只是有害而无益。比如 PPT 讲的是如何找一份好工作，可是右侧搭配的却是一张美食的图片，这种情况不仅会让人摸不到头脑，在制作上还会显得十分不专业。

2. 清晰度

在网页的搜索结果里，图片都是以一张张小图呈现的，很多人也不太会在意图片的尺寸，但在添加到 PPT 里后往往需要将图片放大，最后图片在 PPT 里可能会变得模糊或者直接成为马赛克。

通常所说的图片分辨率其实就是指某一特定尺寸内所包含的像素数量的多少，拿显示器常用的分辨率 1920×1080 来说，1920 指的是横向尺寸内的像素数量，1080 是指竖向尺寸内的像素数量，那么整个显示器所显示的像素数量就是 1920×1080 个。当我们把显示器分辨率调到 1280×720 时，桌面的图标和文字会变大，但是精度会变差，即同等单位里的像素数量变少了，过度生硬了。所以图片选择时，应尽可能去找同一单位像素数量内分辨率更大的图片。

3. 统一性

选图时一定要明确的统一性，尤其是多张图排列摆放时，图片搭配的不统一，会让整个画面的感觉非常随意，没有美感，造成拼凑的感觉。在一个 PPT 里，图片画风应保持统一，样式应保持统一。图 4-20 展示的是 6 位杰出女性，第一张圣女贞德和第二张南丁格尔都是画作，与后面 4 张照片的风格完全是不一样的。另外，6 张图片有圆形的、圆角矩形的、圆角对角的，格式上也十分不统一。



· 图4-20

4. 精美度

很多照片，因为拍摄人员的非专业性导致图片缺乏美感，最常见的就是工作照。日常工作

中拍摄的真实会议照片与网上的模特摆拍照片效果总是相差很远，如图 4-21 所示，这是因为在构图、色彩和光线等方面普通人的拍摄技法都存在不足。



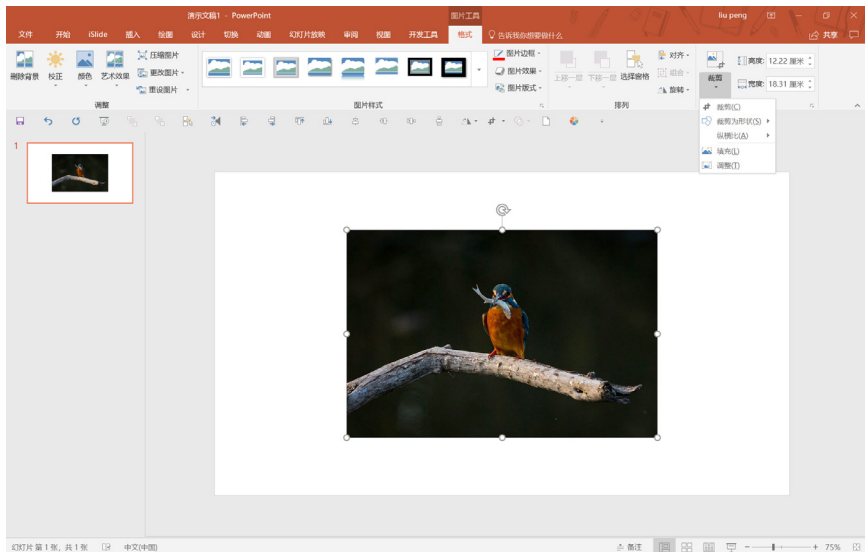
· 图 4-21

4.1.4 图片处理

不论是网上下载的图片，还是手头拥有的工作照，在使用时为使效果更加出色，都需要对图片进行处理。

1. 裁剪

可使用 PPT 里的“裁剪”功能对图片大小、比例和外形进行处理。选择一张图片后，在最上方的功能区里单击“格式”就可以在工具栏的最右侧看见“裁剪”按钮，如图 4-22 所示。



· 图 4-22

裁剪是图片处理方式中最基本、最常用、最重要的一种方法。通过裁剪可以将画面中多余的元素（特别是底部的水印）裁出画面之外，以简化画面，使画面主体更加突出。裁剪不仅仅是修改图片尺寸和去除不重要部分那么简单，不同的裁剪方式会给人留下完全不同的印象。

（1）通过裁剪改变图片外形比例

如不假思索地随意裁剪，很可能会破坏图片原本的构图，从而破坏图片的美观度。

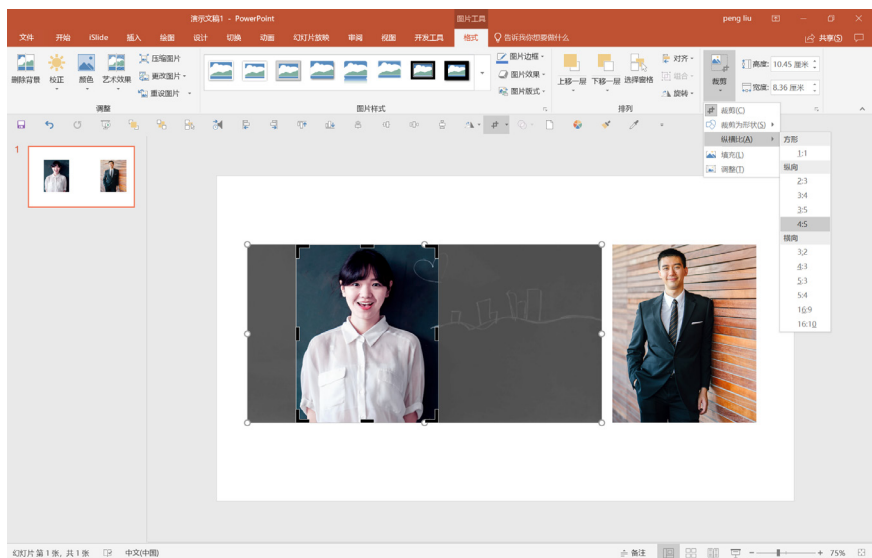
比如在制作一页人物介绍的 PPT 时，原始的图片素材如图 4-23 所示，这两张图片的横竖方向是不一致的，且同等高度的情况下人物在画面上的大小也不一样，左侧人物明显要比右侧大一些。



· 图 4-23

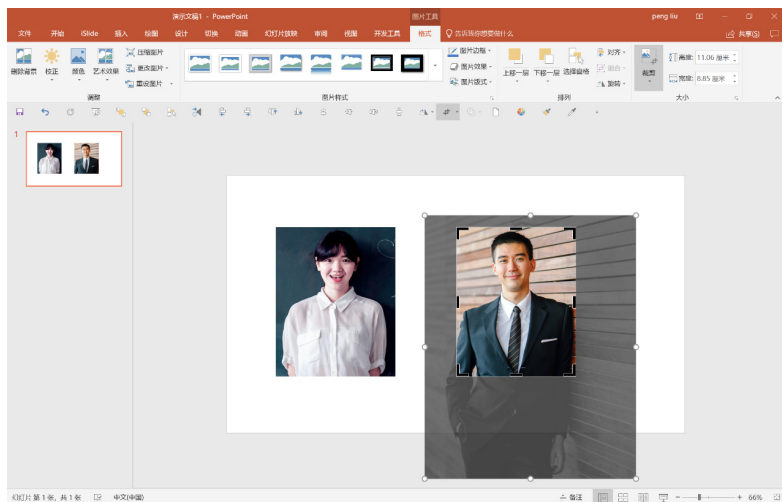
可以通过裁剪让其变得一致，步骤如下：

Step1 需要先将第一张图片变为纵向的。因此选择第一张图片后单击“裁剪”，然后选择“纵横比”里的“纵向 4：5”，如图 4-24 所示。单击后有时需手动调整一下人物的位置，让其居于图片正中。需要注意的是，这里直接使用了纵横比进行裁剪而没有使用手动拖拽裁剪，是因为这样的裁剪会明确一个比例，为其他图片的裁剪提供一个参考依据。



· 图 4-24

Step2 选择第二张图片，然后将图片拉大一些，保持两人物的大小一致。单击“裁剪”按照同样的纵横比调整第二张的大小，如图 4-25 所示。



· 图4-25

将裁剪统一后的图片的纵横比变为 1 : 1, “裁剪为形状”选择“椭圆”, 则会出现如图 4-26 所示的外形, 实际的应用如图 4-27 所示。



· 图4-26



· 图4-27

(2) 通过裁剪突出画面主体

同一张图片中有时会出现多个视觉焦点，对于那些尺寸和分辨率绝对够大的图片，可以通过裁剪来选取画面不同的视觉焦点，以达到改变画面主题的目的。需要注意的是，要保证裁剪后的画面之间的差异性。

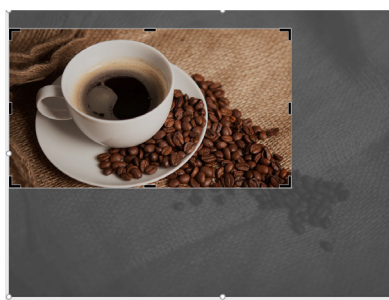
在原始图片里包含了咖啡杯和咖啡豆。如需要突出其中一种元素，则可以使用手动拖拽的裁剪方法来进行改变。

比如可以把图片放大上移后进行裁剪，突出咖啡豆，编辑过程和最终展示效果如图 4-28 所示。

也可以在放大下移后进行裁剪，突出咖啡杯，编辑过程和最终展示效果如图 4-29 所示。



• 图 4-28

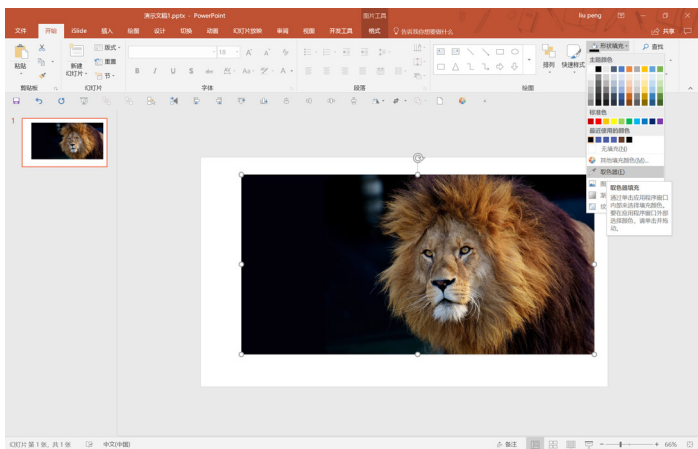


• 图 4-29

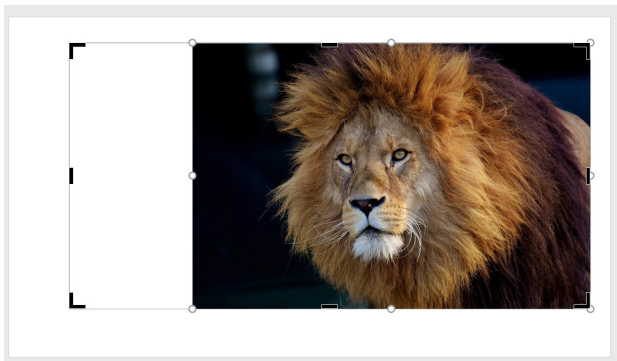
这种方法经常可以将图片中的元素以特写的形式呈现，增强画面的品质感。在图片本身信息量比较大时，可以通过裁剪的方式将画面中的主体放大从而简化信息量。

（3）通过裁剪延伸图片尺寸

除了删除多余信息减小画面尺寸外，裁剪功能还可以将图片尺寸扩大。在放大图片时，往往会遇到主体无法再放大（以免超出编辑界面），但画面还是缺少信息的情况。这时可以将裁剪时出现的黑色边框往外拉延伸图片的尺寸，如图 4-30 所示。然后使用吸管吸取画面边缘的颜色，通过填充的方式解决这个问题。这样处理过的图片保存后实际尺寸也会增大。



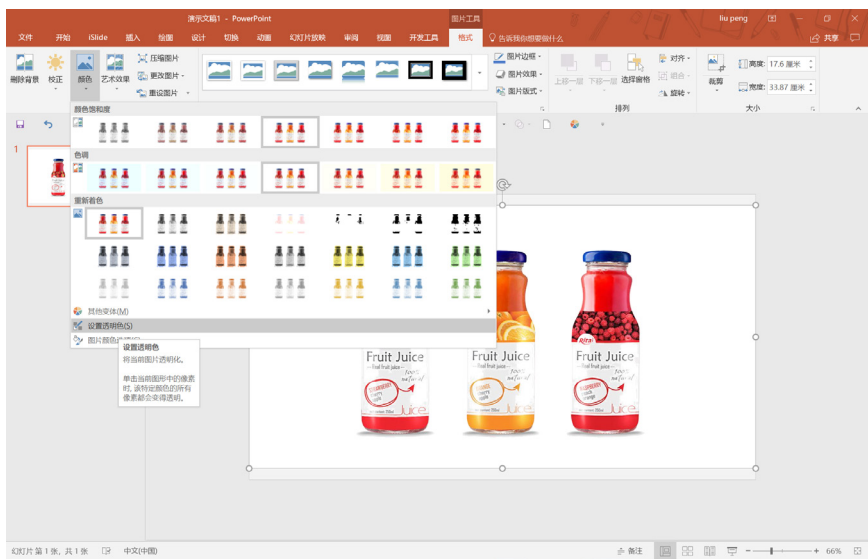
• 图 4-30 a



· 图 4-30 b

2. 抠图

上面的裁剪方法改变的是图片的几何外形，但我们都知道，图片都是被围在四边形的方框之中的，如果要将其中图像的自然外形提取出来则需要使用 PPT 中的另外两个功能——设置透明色和删除背景。如图 4-31 所示，选择图片后单击“格式”选项卡，在其中的左侧单击“颜色”按钮后可以看到“设置透明色”，单击即可直接使用。



· 图 4-31

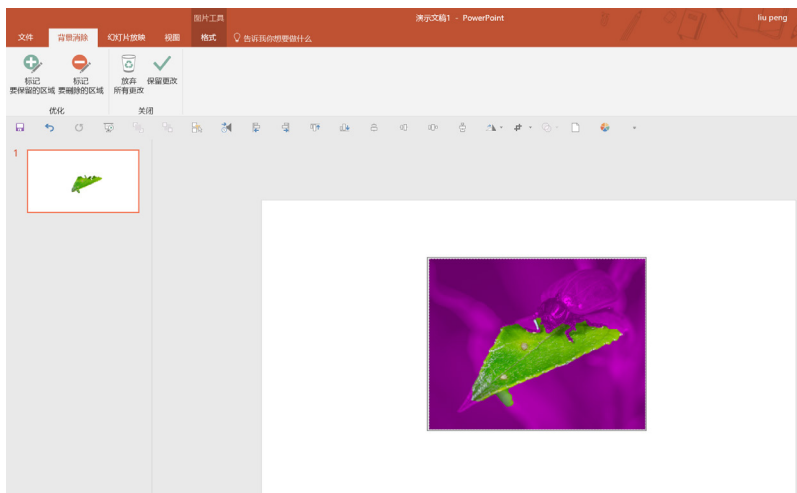
PPT 的“设置透明色”功能，只适用于纯色背景的图片。但在实际的使用中，即便是纯色背景有时还是会出现无法完全去除图形阴影的情况。

因此在 2013 版 PPT 中微软加入了“删除背景”的功能，使 PPT 可以从复杂的图形中提取出一个较为完整的自然形状，如图 4-32 所示。

单击最左侧的“删除背景”按钮后图片的部分位置会变为紫红色，这表示该区域已经去掉了，可以通过“标记要保留（或删除）的区域”按钮进行调节，如图 4-33 所示。



· 图4-32



· 图4-33

使用抠图处理后的图片在 PPT 上可以制作多种多样的页面效果。

(1) 通过抠图制作前后图景深。如果想让目光对准图片上的某一点，而让其他范围模糊化，可以将要聚焦的图像抠出来但不改变其大小，在其背后放置一张原图并进行虚化（虚化的使用在图片效果部分讲述）。图 4-34 就是通过“删除背景”将人物的外形提取出来，放置在原位置，虚化背景图片以充分展示人物主体。



· 图4-34

(2) 通过抠图突出关键主体。使用抠图可以先将主体抠出,而后在原图上放大掩盖,如图 4-35 所示。



· 图 4-35

(3) 使用抠图进行二次加工。使用“删除背景”将人物或是物品的外形抠出,将亮度调至最亮或最暗即可获得白色或黑色剪影。而如果在抠出外形的边缘使用任意多边形进行描边,则可以得到犹如剪纸一样的外形,如图 4-36 所示。



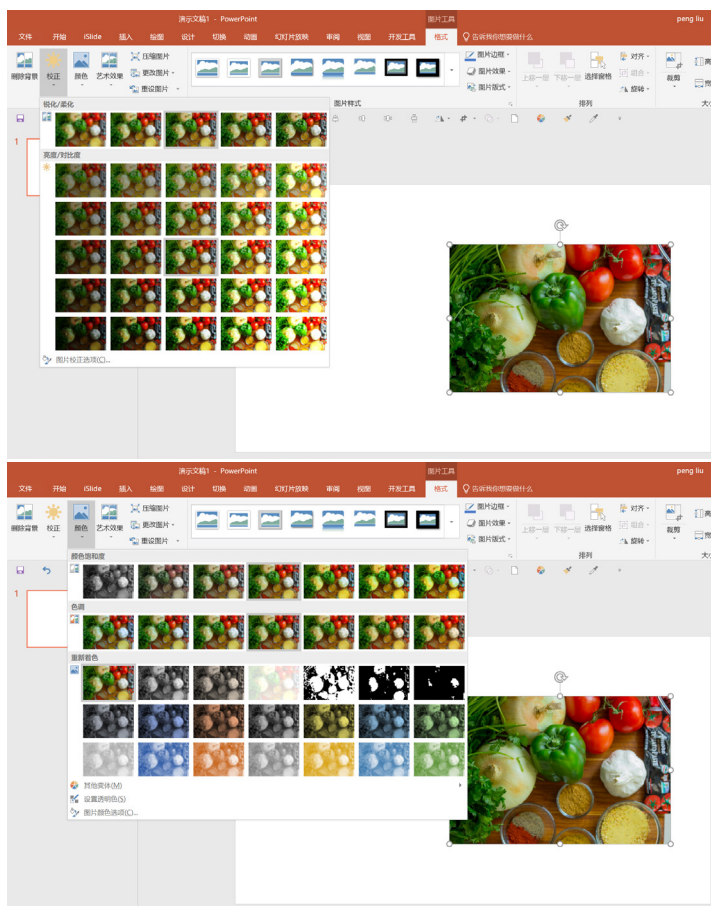
20

· 图 4-36

3. 调色

前两部分改变的是图片的形状大小,而很多图片还存在色调昏暗、画面无光的感觉,这时

需要通过 PPT 里“校正”和“颜色”两个按钮调整图片的对比度、亮度、饱和度、锐度和色彩等参数，如图 4-37 所示。



• 图 4-37

(1) 提高一张图的对比度后，画面的对比会更加明显。图 4-38 中右图中的颜色对比要比左图中的明显一些。



• 图 4-38

(2) 提高亮度会给人质量较轻的感觉。图 4-39，会感觉右图这朵花的花瓣更薄，给人一种通透的感觉。



• 图 4-39

(3) 一种颜色的饱和度越高，其纯度就越高，对人的刺激就越强，因此，相对高的饱和度会让人产生强烈的对比，让人把图像看得更清楚。图 4-40 中，右图里的红绿色对比更明显一些。



• 图 4-40

(4) 锐度越高画面的轮廓越清晰，感觉看得越清楚。图 4-41 中，右图里猫的胡须和猫毛更清晰一些。



• 图 4-41

(5) 当页面上有多张图片时，如果图片的颜色有太大的差异，要尽量把色调统一，如果不能很好统一，则可以将其变为黑白或者单色。图 4-42 中的这些图片在色彩和明亮程度上都不是很统一。



• 图 4-42

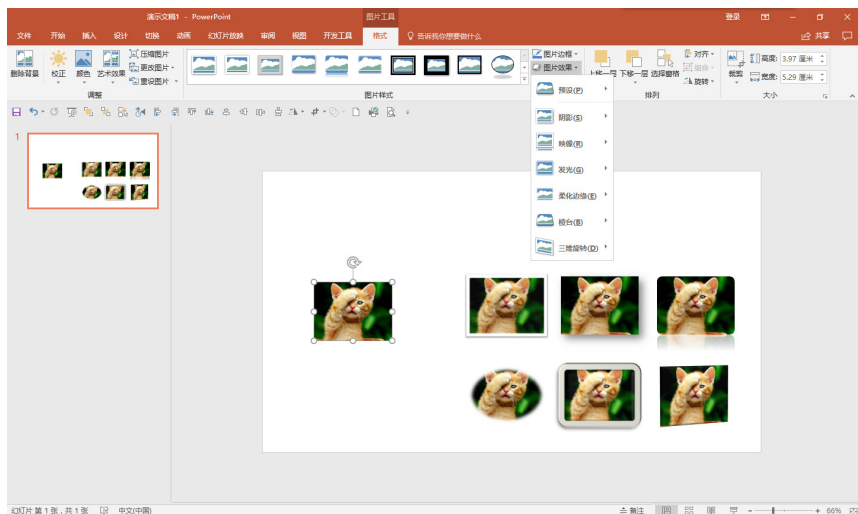
改变其颜色后的效果如图 4-43 所示。



· 图 4-43

4. 样式效果

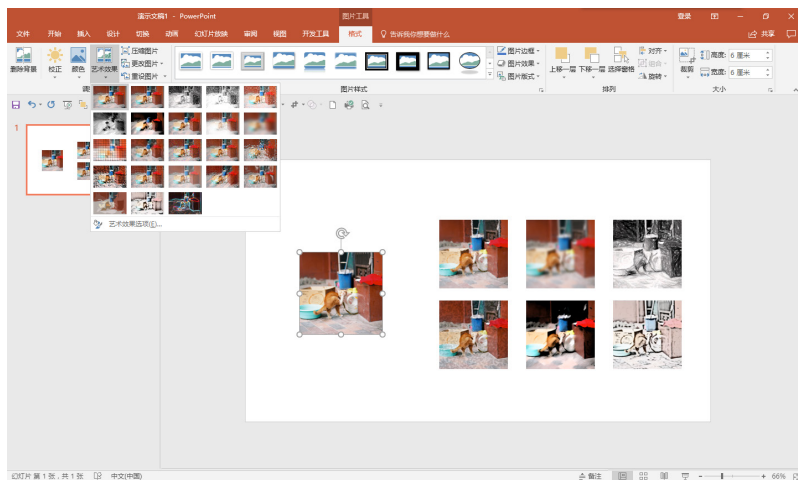
PPT 里有许多可以让图片展现效果更多样化的功能，选择图片后单击“格式”，在“图片效果”里可以为其添加阴影、映像、发光、棱台和三维等效果，如图 4-44 所示。另外在左侧的选项框里还有 28 种快捷效果，可以把平面的图片一键转换。



· 图 4-44

在使用这些效果样式时需要注意方向、光影之间的一致性，且不宜过多使用。

在 PPT 里可以通过“艺术效果”对图片进行各种美化处理，如图 4-45 所示。比如以“光斑”为关键词可以搜到很多色彩丰富的图片，将其置于 PPT 后单击“虚化背景”就可以制作出 iOS 风格的朦胧背景，如图 4-46 所示。



• 图 4-45



• 图 4-46

也可以利用艺术效果进行素材加工，比如通过“铅笔灰度”的艺术效果制作手绘素材。在 PPT 里添加一个圆形，然后将其另存为图片再添加“铅笔灰度”的艺术效果，就可以制作出铅笔画的效果，再搭配上手写体文字则效果更突出，如图 4-47 所示。



• 图 4-47

4.1.5 图片应用的问题

在实际的应用中存在非常多的图片应用问题。

1. 常见问题（各种图片的常见问题的效果请扫下方二维码查看）

（1）图片被拉伸扭曲。这应该是新手在使用图片时最常见的问题，出现这种情况常常是因为在放大或缩小图片时只对某一边进行了拖拽，导致了图片的比例失衡。应对的方法是，将鼠标放在图片的某一个角上再进行拖拽。如需对称等比例缩放，则可以按住 Ctrl 键。拖拽后如不能满足页面比例则考虑裁剪。

（2）图片几乎全屏。如图 4-48 所示，图片在页面的四周留下了空白并且间隙不相等。这些漏出来的间隙虽然面积不大，但是却十分吸引人的注意，一般解决的方法就是尽可能全屏或是保证四周留白相等。

职场微笑，你不可忽视的力量



· 图 4-48

（3）图片太小。如配图时图片太小则无法引起注意，应至少保证图片占到版面的 30%~40%。

（4）图片随意乱放。图 4-49 这种情况更多发生在多张图片图文搭配时，人们经常会不知道图片该往哪里放，便随意地摆放在页面上，造成前后图片的堆叠。

（5）图片带有水印。网上的图片有时会有明显的水印，这会使 PPT 显得很劣质。对于那些不涉及版权问题的图片，一般会使用裁剪来去除水印，而对于图片正中的水印则需要使用 Photoshop 进行处理。

职场微笑，你不可忽视的力量



· 图 4-49

（6）图文色彩不易分辨。如图 4-50 所示，文字与图片的色彩平衡不太好，导致主题文字并没有很鲜明地突出出来。这时可以通过调低图片的亮度或是在图片与文字之间增加一个半透明蒙版来进行改进，如图 4-51 所示。



· 图 4-50



· 图 4-51

（7）图片质量太差。这种事情经常发生在你选取了一个低像素的文件然后把它拉大，也就是我们常说的渣图。接下来介绍渣图的问题。

2. 渣图问题

有时我们使尽浑身解数依然没找到大图，只能面对分辨率低、尺寸小甚至模糊的小图。可以有以下几种处理方法。

（1）以图搜图找大图。

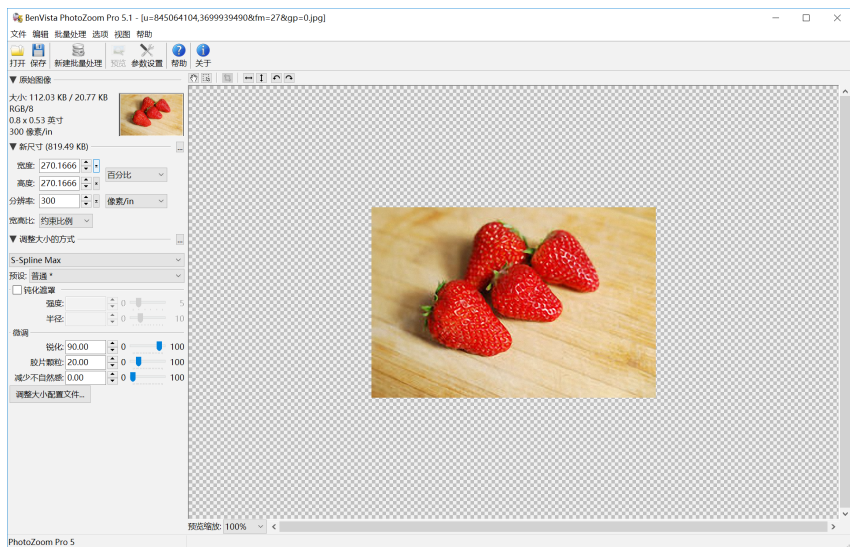
如果是网络图片，可以用百度等搜索引擎的以图搜图功能，可能会找到相应的高清大图。

（2）图片无损放大。

如无法找到大图，可试试这款叫作“PhotoZoom”的无损放大神器，它可以对图片进行放

但不会出现轻微马赛克的状况，能较好地保持原始图片的特色。

可以将图片添加进 Photo Zoom Pro 里，调整图片的高度和宽度，调整图片的相关参数，最后导出即可，如图 4-52 所示。



• 图 4-52

(3) 模糊处理

如果图片本身只为表达某一种氛围和感觉，而不用考虑精细程度，则可以使用艺术效果对低像素图片进行处理，让其变得更加模糊不清，图 4-53 在使用艺术效果后就可以产生很多有意境的效果，如图 4-54 所示。



• 图 4-53



· 图 4-54

(4) 小图片拼凑

如果有一定数量的小图片素材，可以积少成多，将这些图片做成拼接效果或者 Windows 8 的 Metro 风格，如图 4-55 所示。



· 图 4-55

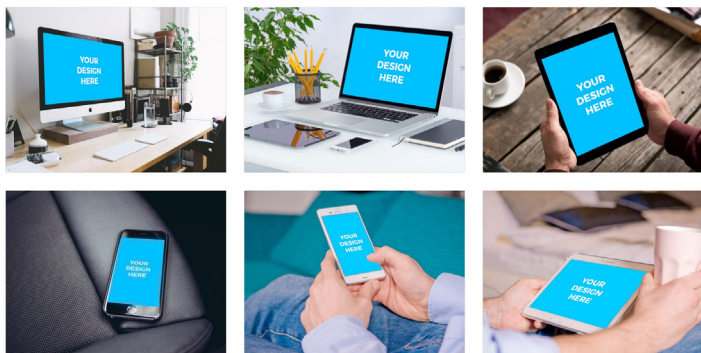
(5) 样机法

有一些图片原本就是从手机或电脑上截取而来的，如果在 PPT 里直接展示效果不理想，则可以将其缩小到手机或是电脑的屏幕里，对于这些样机我们可以在网上搜索素材，下载后将图片变成合适的大小放入即可，如图 4-56 所示。



· 图4-56

也可以通过在线网站直接生成带有使用情境的图片，这里要推荐的在线样机网站是 Smartmockups，这个网站包含了手机、笔记本、台式机、iPAD、电视等多种使用情境，如图 4-57 所示。



· 图4-57

3. 图片资源匮乏

有时我们手头的图片有限，但又不想页面效果太单调，这时可以考虑将图片进行拆分。

(1) 拆分后对称。这种方法是将那些较为对称的图片一分为二，分别放在 PPT 的左右两侧，如图 4-58 所示。

(2) 拆分后对齐。即将一张图裁剪分割成多个部分，之后再配上与图片颜色搭配的矩形，如图 4-59 所示。

西瓜

“夏季瓜果之王”

瓜子可作茶食，瓜皮可加工制成西瓜酱。

在中医上学以瓜汁和瓜皮入药，功能消暑解热。



西瓜

“夏季瓜果之王”

瓜子可作茶食，瓜皮可加工制成西瓜酱。

在中医上学以瓜汁和瓜皮入药，功能消暑解热。



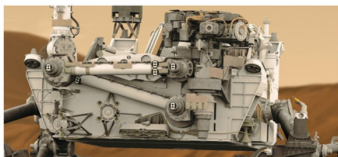
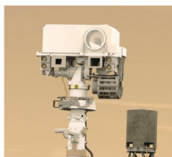
· 图4-58

2012年最昂贵的火星探测项目

火星探测器

MARS PROBE

美国国家宇航局研制的一台探测火星任务的火星车。它是美国第七个火星着陆探测器，第四台火星车，也是世界上第一辆采用核动力驱动的火星车。



火星探测器

MARS PROBE

美国国家宇航局研制的一台探测火星任务的火星车。它是美国第七个火星着陆探测器，第四台火星车，也是世界上第一辆采用核动力驱动的火星车。



· 图4-59

(3) 拆分后层叠。这种方法与前两种的最大不同就是一张图片变为多张后各部分进行重叠，增添了视觉层次感和趣味性，如图 4-60 所示。



生命不必每时每刻都要冲刺，低沉时就当是放一个悠长假期。——《悠长假期》



生命不必每时每刻都要冲刺，低沉时就当是放一个悠长假期。——《悠长假期》

· 图 4-60

4. 全图 PPT 的问题

把图片当作 PPT 背景使用形成了一种特殊类型的 PPT——全图型 PPT。《演说之禅》的作者 Garr Reynolds 非常推崇这种类型的 PPT，因为其效果震撼，能瞬间吸引人的注意力，在演说场合这种类型的 PPT 十分常见，如图 4-61 所示。



· 图 4-61

这一类型 PPT 的常见问题是文字与图片不能很好地融合，可以从以下几个方面进行考虑。

(1) 文字的排放。这种方法就是文字 + 背景图，分为竖直型和水平型。图 4-62 所示这种类型的关键在于文字的位置，应把握好字体、间距的选择。字体要融合画面，间距根据需要增减，文字一定不能与画面格格不入。



· 图4-62

(2) 文字的修饰。在文字区域放置一个色块将文字与画面分离开来，如图4-63所示。这种类型的优点就是能够最大限度降低画面对文字的影响，拥有更大的空间选择文字与排版方式，并且能更加有效地凸出文字。



· 图4-63

修饰的关键在于如何让色块更好地融进画面而不显突兀，主要方法有：① 让色块本身具有设计感；② 调整透明度；③ 将部分文字置于色块之外以加强色块与画面的联系。

还可以在画面上用线条来进行修饰，这根线可以发挥平衡画面、凸显层次、引导观者的作用，如图4-64所示。

(3) 文字的对比。这种方法主要就是不同字体、颜色、字号进行搭配，如图4-65所示。



· 图4-64



· 图4-65

4.2 图表：让数据根据结论进行展示

在企业中，图表对管理层有至关重要的作用。无论财务报表还是行业报告，都可以清晰直观地让管理者掌握企业或市场的状况，而不必花过多时间去深入琐碎的细节。

图表设计的过程其实就是将数据进行可视化表达的过程，然而，数据本身并没有什么价值，这一过程的重点是将数据与目的、动机相结合从而得出结论，并借助相应的结论进行工作决策。图表在这一过程中只是一种表现形式。

本节将讲述图表类型、图表元素、图表优化三个部分的相关内容。

4.2.1 图表类型

同样的数据根据不同的需求会得出不同的表现结论，因此 PPT 图表应尽可能传递明确的信息。在制作时应确保有分析有结论，依据结论要反映的数据关系选择相应的图表类型。尽量不

使用表格来进行数据表达，因为在大多数情况下表格依旧是对数据的罗列，缺乏差异对比和趋势展现。比如图 4-66 是 2013 年度某产品的每月销售数据，从文字转换为表格后虽然视觉上得到了改善，但是在结论表达上仍然不够清晰。

2013年度每月销量如下：1月31000元，2月56000元，3月42000元，4月49000元，5月62000元，6月48000元，7月31000元，8月96000元，9月80000元，10月120000元，11月74000元，12月93000元。

· 图4-66 a

2013年度每月销量统计

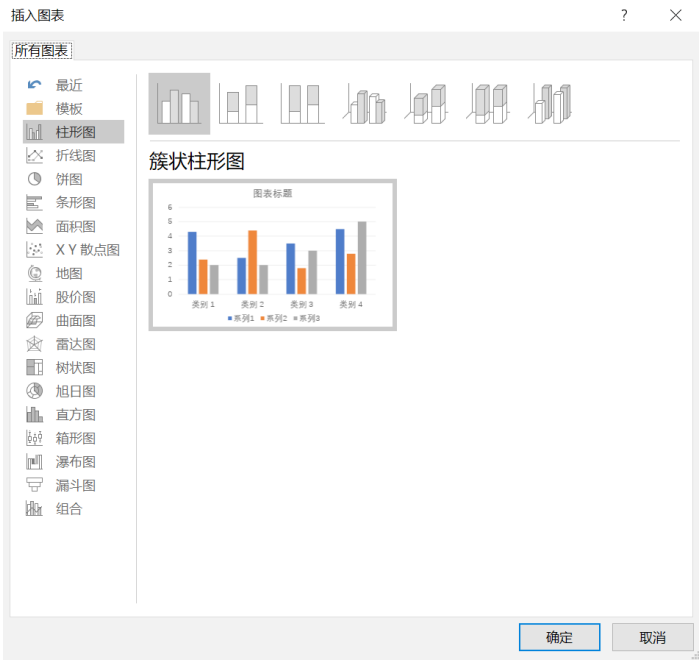
单位：元

月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
销量	31000	56000	42000	49000	62000	48000	31000	96000	80000	120000	74000	93000

· 图4-66 b

这样一组数据可以有多种的表现方式，可以反映某月销量在全年销量中的占比，也可以反映各月销量之间的对比，还可以反映 12 个月销量的变化趋势，重点是你想要表达什么样的关系。

在 2016 版 PPT 里有 17 类共 60 种图表，如图 4-67 所示。



· 图4-67

除了常见的柱形图、饼图外，瀑布图、旭日图这些以前需要复杂设置才能做出的图表，在最新的 PPT 版本中只需一点即可完成。根据 Gene Zelazny 在《用图表说话》一书中的观点，

常用的图表可以分为 5 种表达关系：表示成分比例（Component）、表示项目关系（Item）、表示时间趋势（Time Series）、表示频率分布（Frequency）、表示相关性（Correlation），如图 4-68 所示。

数据	柱形图	饼图	折线图	条形图	面积图	雷达图	散点图
比例							
对比							
相关性							
趋势							
时间							

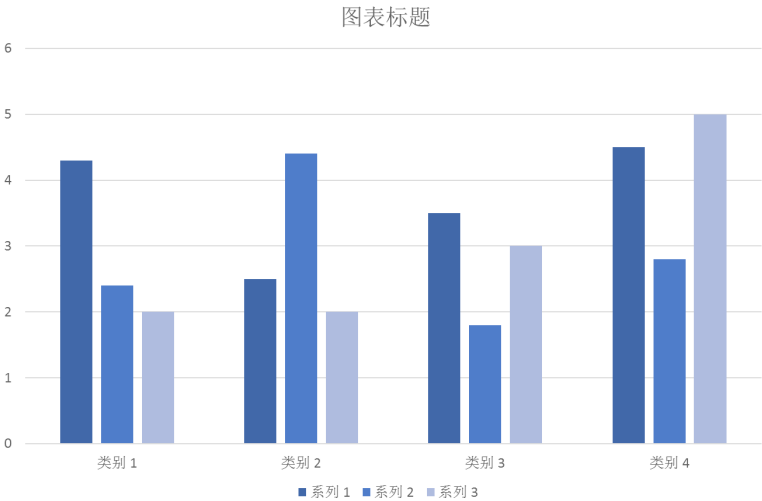
· 图 4-68

下面介绍一些常用的图表。

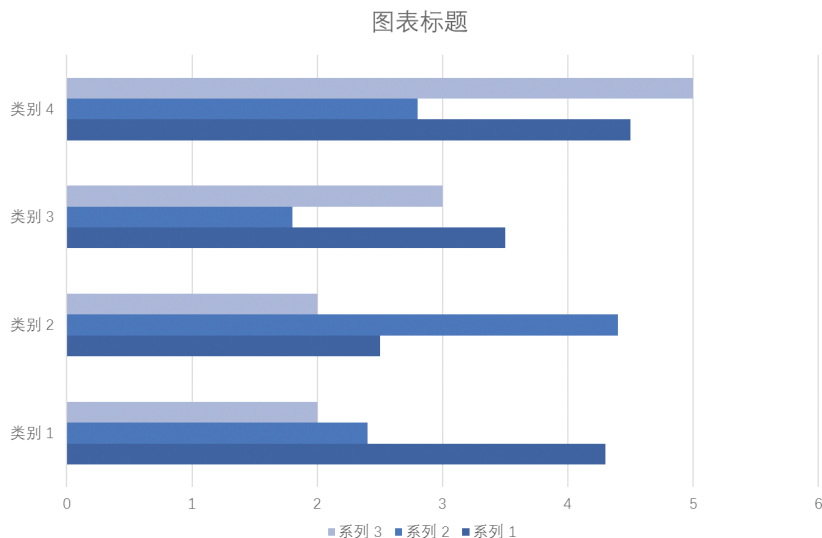
1. 柱形图和条形图

通过柱形图和条形图可以展示各项数据之间的差别，用柱子的高度和条形的长度来表示各项内容的数值，使观众能够进行视觉化地比较。柱形图既可以表示数据之间的差异，也可以表示随时间的推移数据有哪些变化；而条形图作为柱形图的水平版，一般只表示数据的对比，而不能表示数据随时间的变化。

柱形图通常沿横轴显示类别，沿纵轴显示数值，而条形图正好与它相反，如图 4-69 所示。

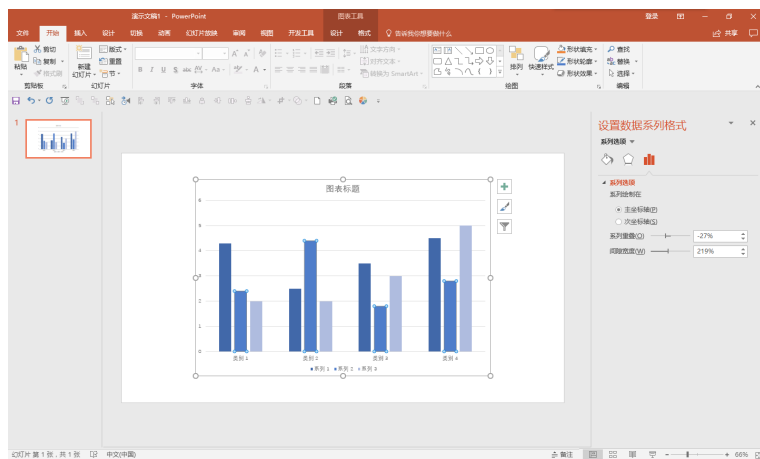


· 图 4-69



· 图 4-69 (续)

这类图表，柱子宽度和柱子之间的间距都会影响观看的舒适性，一般都会通过“系列重叠”和“间隙宽度”来进行调整，如图 4-70 所示。



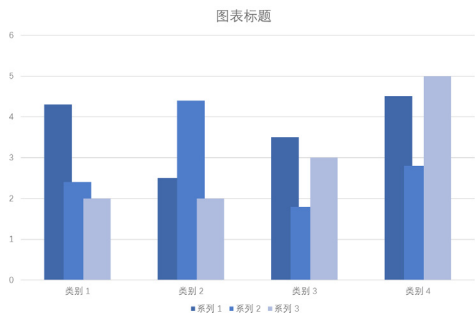
· 图 4-70

- “系列重叠”是指一个类别当中各柱子之间的距离，数值越大则柱子相距越近，柱子之间可以重叠，如图 4-71 所示。
- “间隙宽度”是指不同类别柱子之间的距离，数值越大类别则相距越远，同时单个的柱子会变得越细，如图 4-72 所示。

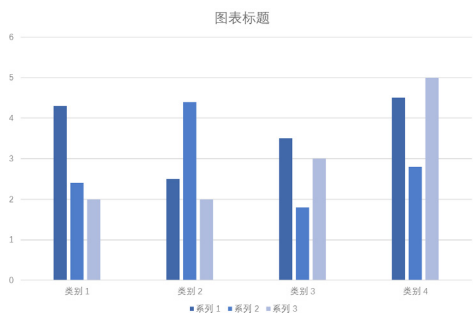
2. 饼图和圆环图

在 PPT 里，圆环图被包含在饼图的类别中，但二者既有相似又有不同。它们都适合表现整体中各项内容的比例，不适合绝对数值的比较。不同之处在于：饼图只能表示一个数据系列中

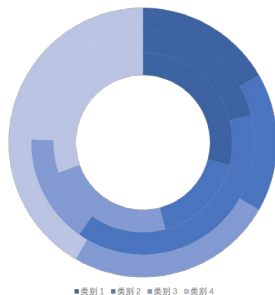
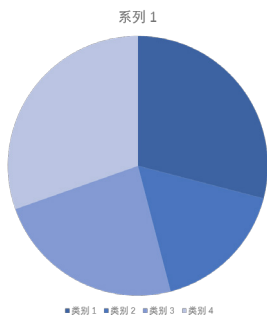
各项的占比，多个扇形组成一个圆饼；圆环图可以表示多个数据系列，其中每个圆环分别代表一个数据系列，如图 4-73 所示。



· 图 4-71

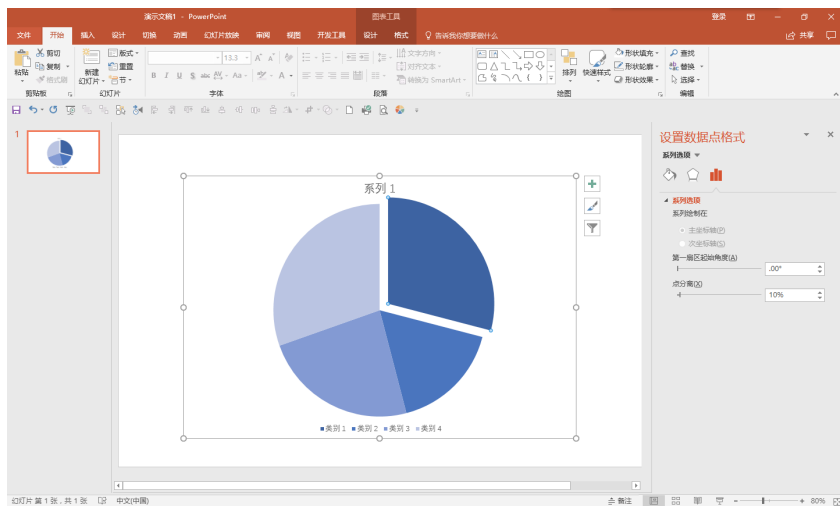


· 图 4-72



· 图 4-73

饼图或圆环图中的扇形会影响图表的展现效果，一般通过第一扇形起始角度和某个扇形与整体的分离程度来进行调节，如图 4-74 所示。



· 图 4-74

饼图一般都是从顶部开始按顺时针浏览，一般位于起始位置的都是在饼图中占比最大的数据，但是可以根据实际需求对角度进行调整。图 4-75 就是从 0° 到 180° 的调整效果。

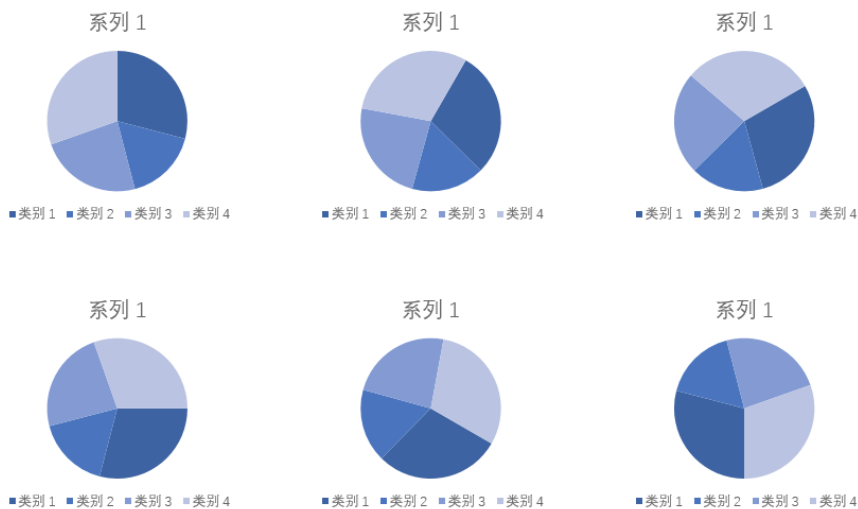


图 4-75

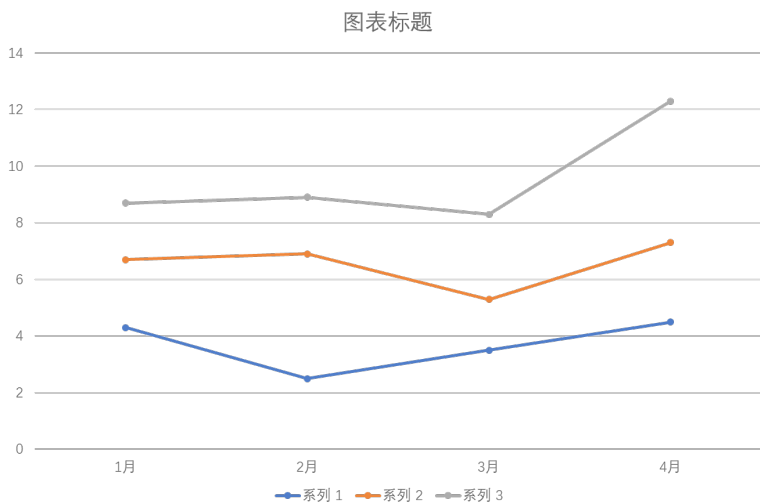
另外，通过扇区分离可以让单个扇形更加醒目。在使用时需要注意，如第一次单击时选中的是整个饼图，这时使用分离会让所有扇形分离开，并不能起到突出的作用。需要在第一次单击后再单击某一个扇形，这样才能突出显示，如图 4-76 所示。



图 4-76

3. 折线图

将某个时间点上的数值用点来表示，并将许多个点之间用线段连接，就有了折线图。折线图适合于表现随时间而发生变化的数据，以及随时间的变化而在数值上呈现出某种变化的趋势。此外，相较于用柱形图来表示数据的变化趋势，折线图最大的特征是形状是线状的，因此可以同时呈现较多的数据，如图 4-77 所示。

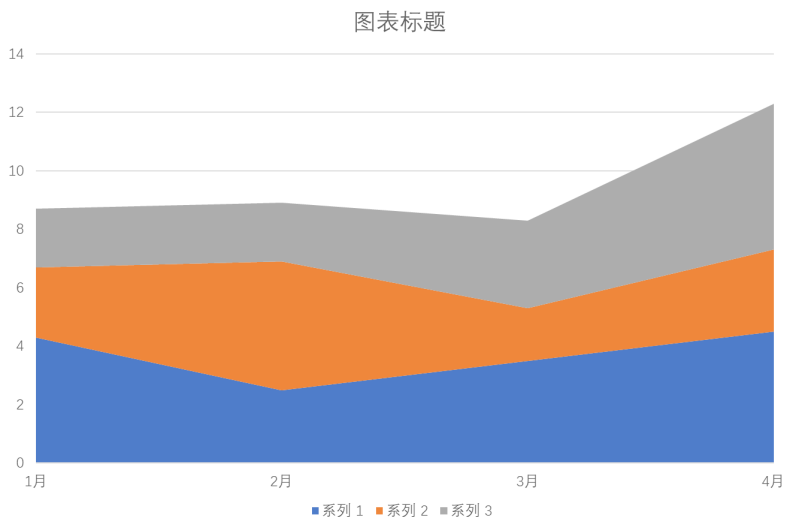


· 图4-77

在图表的制作过程中，需注意折线的粗细与数值点的匹配。如果线条太粗，倾斜角度较小位置的数值点就会不易辨识；如果线条太细，线条本身又会不易辨识。在制作过程中需要对线条的粗细以及数据点的形状进行多次调整。

4. 面积图

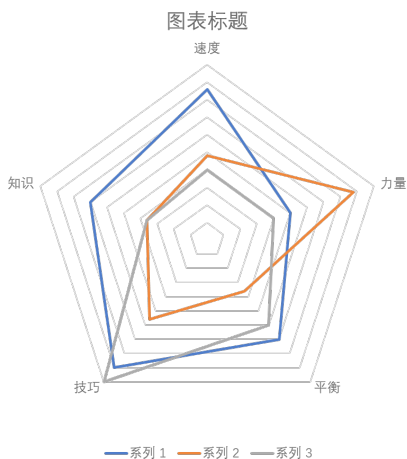
在相同的数据体系中，如果将折线图与横坐标之间的空白填充，会得到一种能够从中了解到各项内容明细的图表，这就是面积图，如图4-78所示。面积图可用于表达随时间发生的变化量，并且引起人们对总值趋势的关注。通过显示数据值的总和，面积图还可以显示部分与整体的关系。



· 图4-78

5. 雷达图

从圆的中心开始以放射状发散开的轴线来分散安排某项内容的数值，用这种形状就可以表现出某种性质，这种图表就叫作雷达图，如图 4-79 所示。这个名称来自其与飞机的雷达相似这个特点。越靠近中心数值越小，越靠近外侧数值越大。



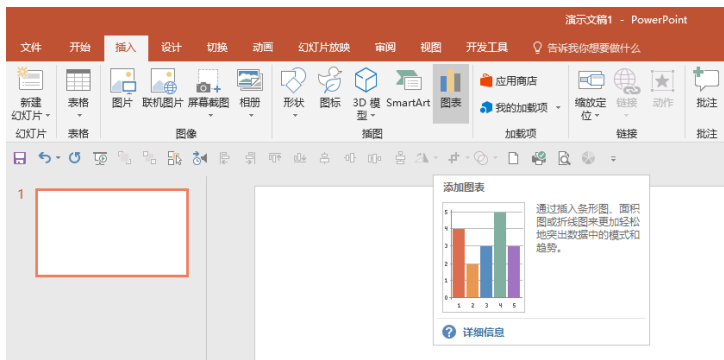
· 图 4-79

这种图表可以表现复杂的数据内容并对其进行比较。一般来说，图表的面积越大越方便。此外，图表的形状越接近圆形，则各项数据之间的差别越小，表示各项之间取得了平衡。

还有很多没有介绍的图，比如柱形图里还有堆积柱形图、百分比堆积柱形图，饼图里还有三维饼图、复合饼图等，大家可以根据自己的需要进行操作尝试。

4.2.2 图表元素

在 PPT 里想要新建一个图表，只需要在“插入”栏中单击“图表”即可，如图 4-80 所示。



· 图 4-80

通过这种方式添加的图表虽然在外形上各不相同，但是所包含的默认元素大致都是相同的，这些元素中最重要的就是起到表达作用的各种形状，还有起到视觉参考作用的坐标、网格线，

最后就是起到辅助作用的标题、图例等。

这些元素都可以通过图表旁的“+”或是“设计”选项卡中的“添加图表元素”按钮进行添加或删除。

如果要修改某一图表元素，则可以在“格式”选项卡中左侧选择相应的元素，然后单击“设置所选内容格式”，如图 4-81 所示。在用鼠标单击选择元素进行修改时经常出现错选的情况，使用这种方法可以很好地避免。

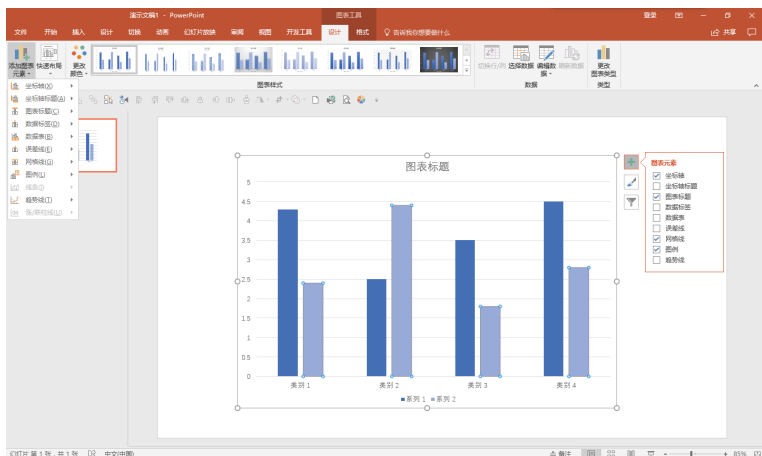


图 4-81

下面以柱形图为例介绍常见的元素，如图 4-82 所示。

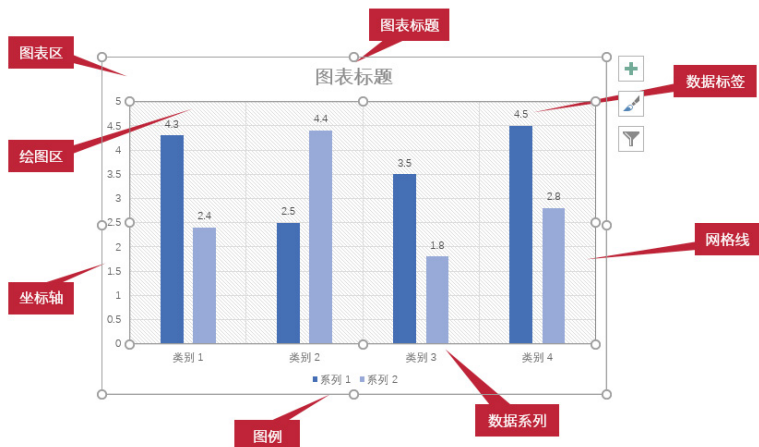


图 4-82

1. 图表区

图表有内外两个矩形框。外框包含一切，其内的区域就是图表区，与此图表有关的所有元素都被圈定在这个区域范围之内。在图表区可以设置背景颜色和边框颜色。新建的图表，图表区的背景色都是“自动变化”的，即会随选用的“图表样式”来变化。

2. 图表标题

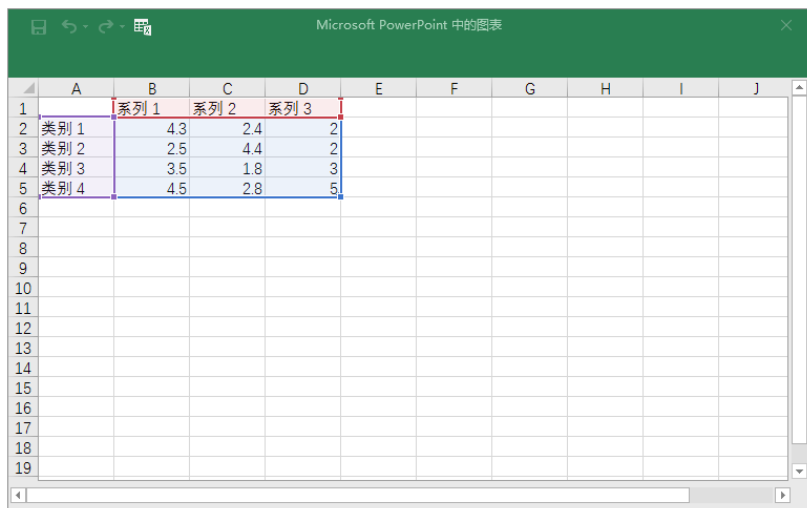
图表标题位于两矩形框之间，在绘图区以外。标题的文字可以编辑，位置可以调整，但常见的做法是直接将其删除，在图表之外再添加标题。这样在标题文字较多时可以不受图表边框限制，也不会显得拥挤。

3. 绘图区

图表中放置数据系列的矩形区域为绘图区，即在图 4-82 中显示灰色斜线底纹的区域。绘图区也可以设置填充色和边框颜色，但无论是图表区还是绘图区，尽量不要将背景变得复杂，这样会不利于观看。

4. 数据系列

新建一个图表时，所有的数据都是在 Excel 表格中进行编辑的，用来生成图表的一组数据就是一个系列，如果有多个数据就有多个系列，如图 4-83 所示。这些系列体现在图表里就是扇形、柱子和线条等图形。

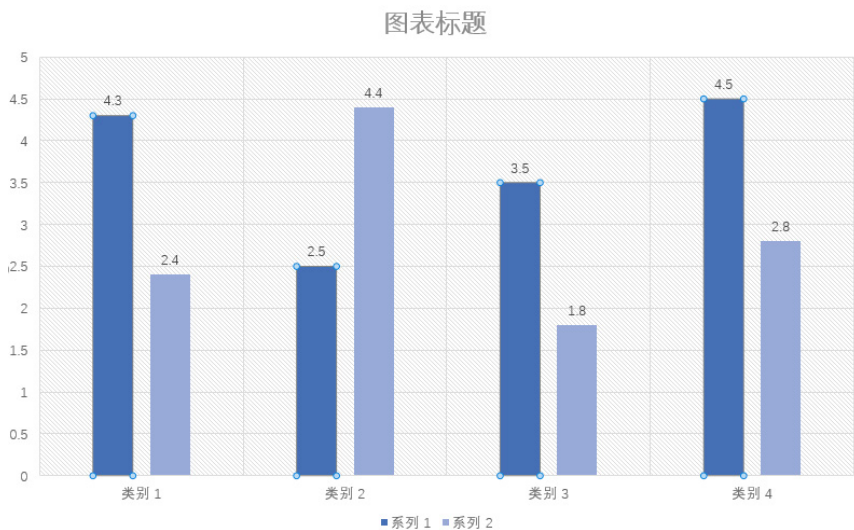


The screenshot shows a window titled "Microsoft PowerPoint 中的图表" (Chart in Microsoft PowerPoint). Inside is an Excel-style grid with columns A through J and rows 1 through 19. The data is organized into three series:

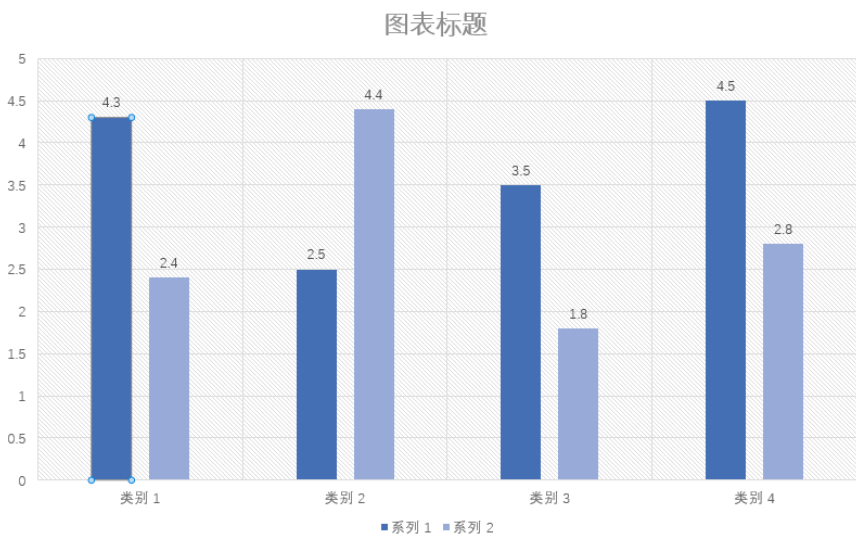
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1		系列 1	系列 2	系列 3						
2	类别 1	4.3	2.4	2						
3	类别 2	2.5	4.4	2						
4	类别 3	3.5	1.8	3						
5	类别 4	4.5	2.8	5						
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										

• 图 4-83

案例中的柱形图中有两个数据系列，单击这些图形，可同时选中整个系列中的每个数据点，如图 4-84a 所示，如再次单击则可以选中这里面的单个数据，可以依据柱子顶端的小圆点来进行判定，如图 4-84b 所示。在做图表填充或样式修改时经常会发生选错的情况，因此需多加注意。



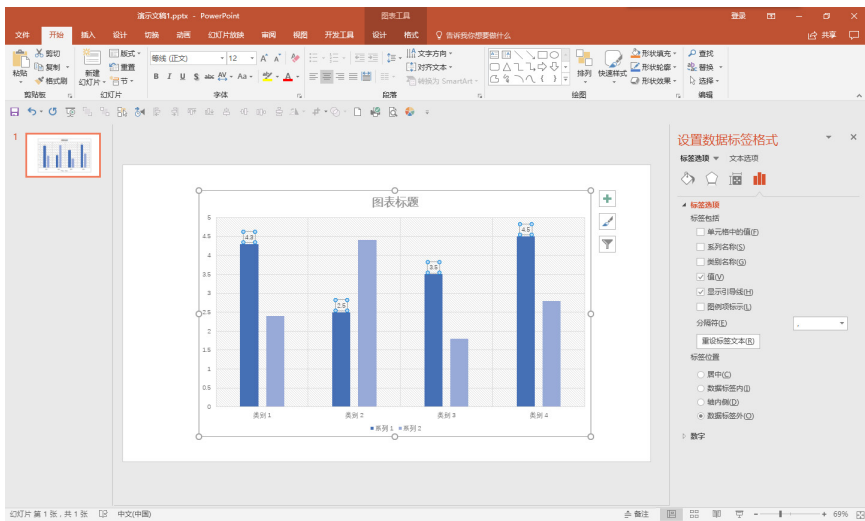
· 图 4-84a



· 图 4-84b

5. 数据标签

数据标签使图表更易于理解，因为它们显示数据系列或其单个数据点的数字大小信息。默认的数据标签是隐藏的，需要选择才能展现出来。可以为一个系列、所有系列（整个图表）或一个数据点添加标签。根据图表类型不同，标签的位置样式也有所不同，并可以通过“设置数据标签格式”进行调整，如图 4-85 所示。



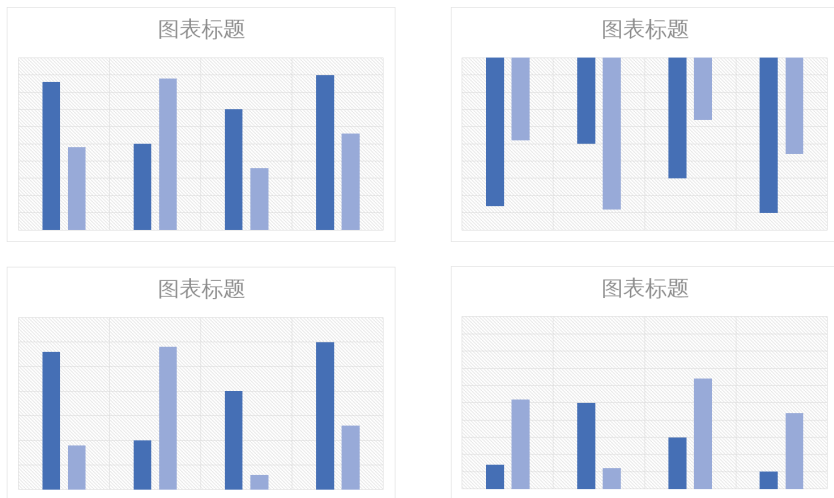
· 图4-85

6. 图例

数据标签展示的是数字，而图例是对于数据类别的提示，它显示数据系列的具体样式和对应系列名称。默认图例的位置一般是在图表的底部。在实际的使用中，有时会把数据标签和图例都删除或隐藏掉，再在整个图表区外做一个提示说明。

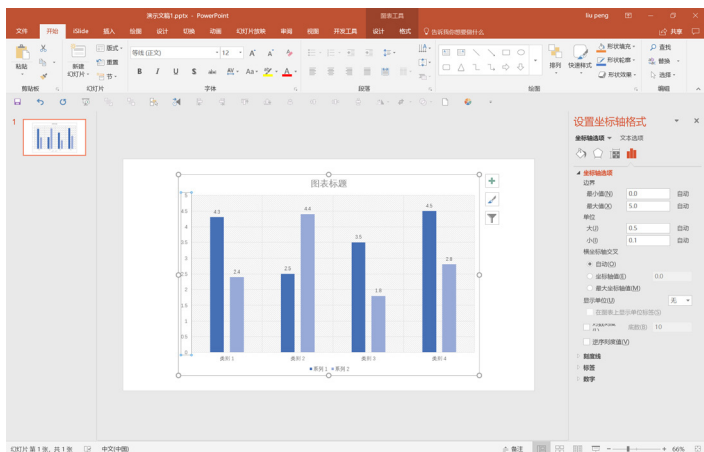
7. 坐标轴

PPT 里坐标轴不仅仅代表直角坐标系的两条轴线，还包括了刻度线和标签等元素，这些是决定 PPT 展示效果至关重要的元素。在不改变原数据的情况下只对坐标轴进行调整，就可以将图 4-82 的原图变为图 4-86 里所展示的样子。



· 图4-86

这主要是通过改变坐标轴的最大值、最小值、刻度间隔和坐标轴交叉方式来进行调节的，如图 4-87 所示。



· 图 4-87

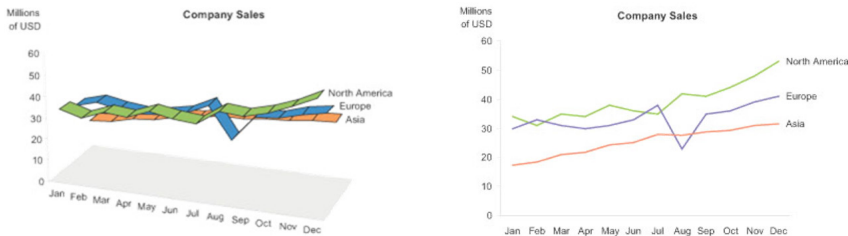
8. 网格线

网格线就是坐标轴刻度的延长显示线，分成水平网格线和垂直网格线。不显示坐标轴的图表（如饼图和圆环图）无法显示网格线。

4.2.3 图表优化

PPT 图表最终的目的是，通过直观的方式让数据变得更生动，更具说服力。但在实际的操作中却并不那么容易，常规的处理方法包括以下这三种方法：简化元素、调整颜色和优化形状。

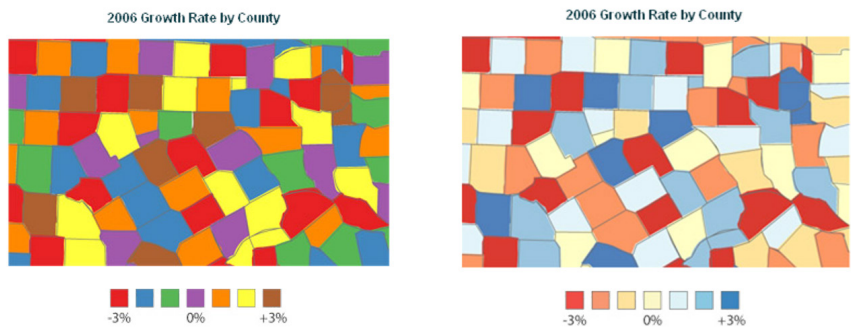
（1）所谓简化元素包含了两层意思：首先是删除图表里的网格线、背景和标签这些无关紧要的元素，除了数据展现形式（柱、饼等）不能删除，其他任何元素都是可以删除的；其次就是对于那些格式复杂的元素尽可能地简化。图 4-88 左侧的折线图就设计得过于复杂，在观看时反而不如右侧的简单明了。



· 图 4-88

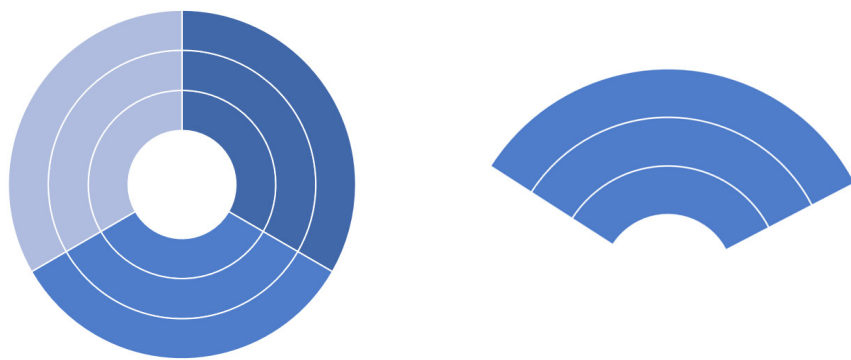
（2）图表颜色的调整最好参照整个 PPT 的配色方案，并且控制颜色的数量，以免图表太花。图 4-89 是用不同的颜色表示各地区不同增长率，这时候读图者很难区分那些正增长与负增长

的地区，调整后只使用了红、蓝两大类颜色，画面清新了不少。

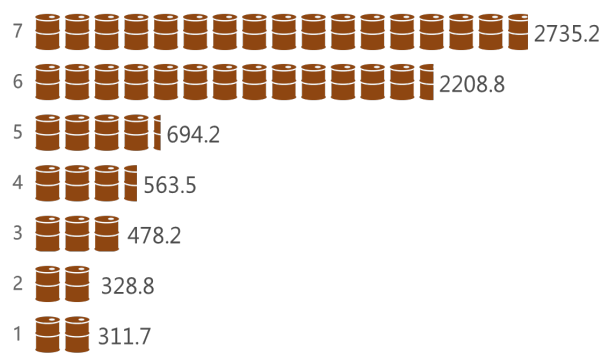


• 图4-89

（3）形状优化对图表的影响最大。优化有三条思路。一是利用图表自身位置的变换和颜色填充产生新的图表样式。图 4-90 就是将环形图的位置进行变换并将其他区域填充为白色后的样子。



另一个就是使用图标或自造形状对图表进行优化。图 4-91 就是使用油桶将条形图优化的效果。



前两种还都属于在图表内进行优化，而最后一种是使用图片来进行图表内容的展现，如图

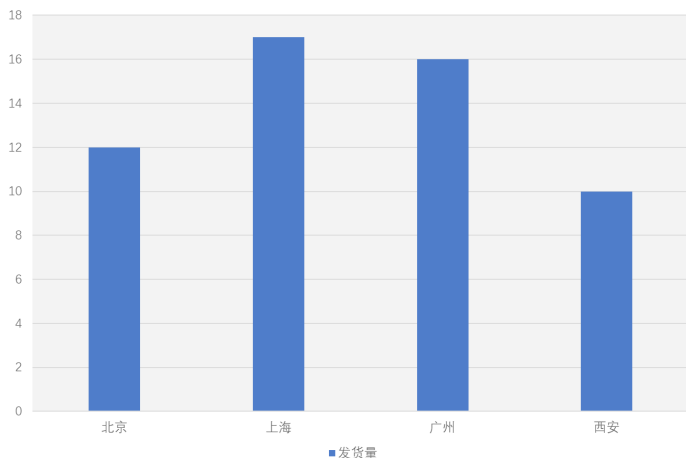
4-92 所示。



· 图 4-92

下面针对具体的图表类型来说明优化过程。

1. 柱形图与条形图优化



· 图 4-93

以单个系列的柱形图为例，如图 4-93 所示。依照上面简化元素的思路可以对这个图表里的哪些元素进行删除呢？

第一个是网格线。网格线作为一种视觉参考元素对于展现数据特征的影响不是特别显著。如果在柱形图中添加数据标签，则不依靠网格线的参考作用就能分辨出数值大小，完全可以去掉网格线。

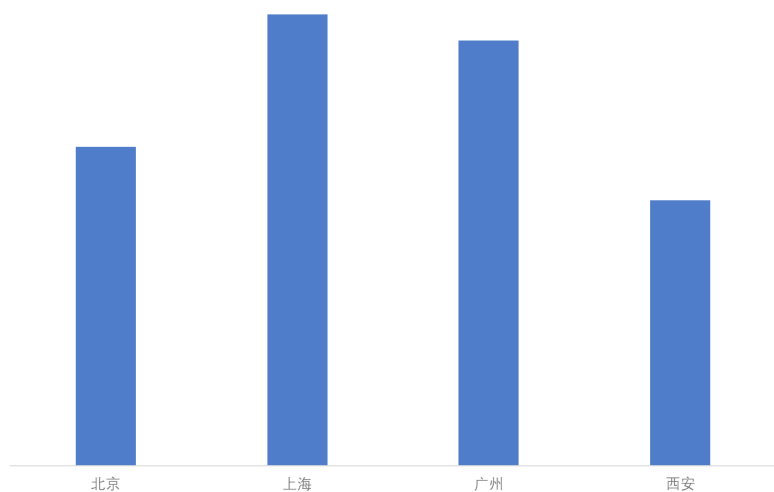
第二个是图例。对于只有一个数据系列的图表来说，无需通过图例来识别区分数据系列（如果有多个数据系列，也可以根据实际情况进行删除），因此图例也可以清除。

第三是绘图区的背景。如将其设置为无色，则在整体上与 PPT 背景相互融合。

还可以删除纵坐标轴及其标签。在只有单个系列的柱形图中，纵坐标轴的作用与网格线类似，

用于数据大小的标尺衡量。如果在数据上添加数据标签，同样可以标识数据大小，在这样的情况下可以对纵坐标轴进行去除。

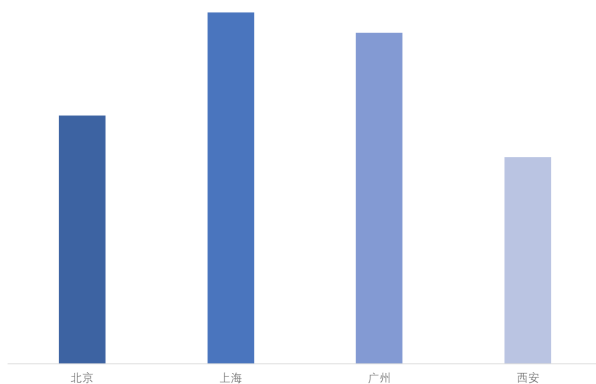
直接按删除键将以上元素删除，绘图区背景颜色可以将“填充”设置为“无填充”，然后得到图 4-94 所示图表。



• 图 4-94

然后，可以按照数据需要表达的意思选择不同的配色方案。

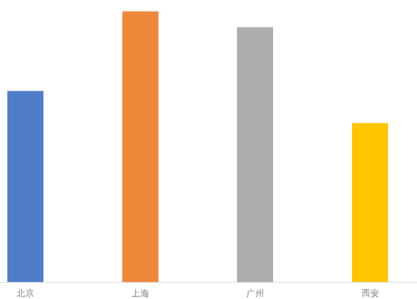
如果图表中的数据是表示相近数据序列或时间上数据分布，可以采用同一色系的不同深浅颜色来进行设置，如图 4-95 所示。



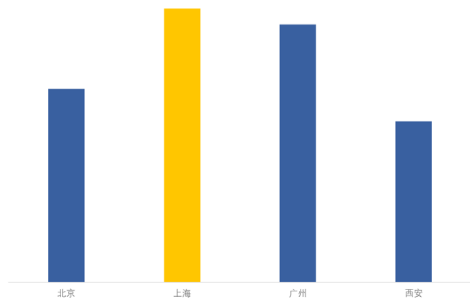
• 图 4-95

如果图表中的数据表示各个不同项目或类别的数据对比，则可以采用各不相同的颜色。此时如果有 PPT 配色方案则可以直接使用，如果没有则可以使用 PPT 自带的配色方案，如图 4-96 所示。

如需突出其中的某个数据点，可以采用反差较强的对比色进行设置，如图 4-97 所示。

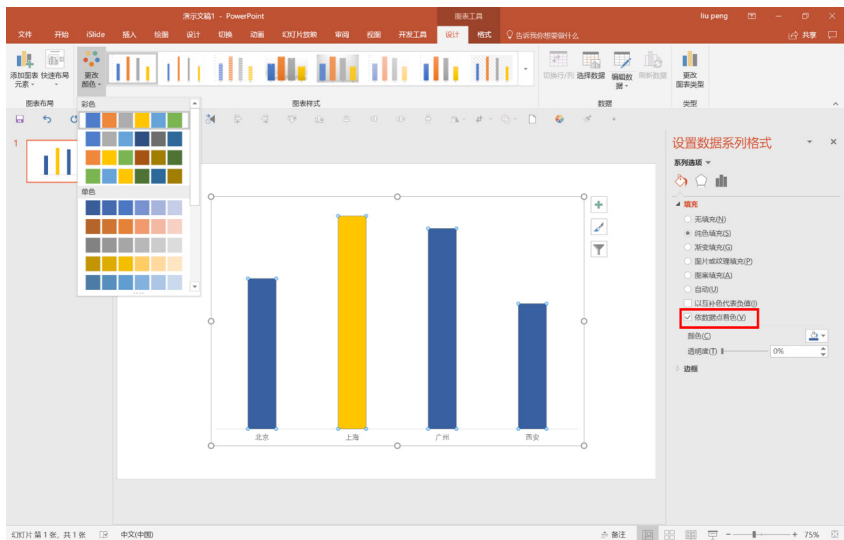


· 图 4-96



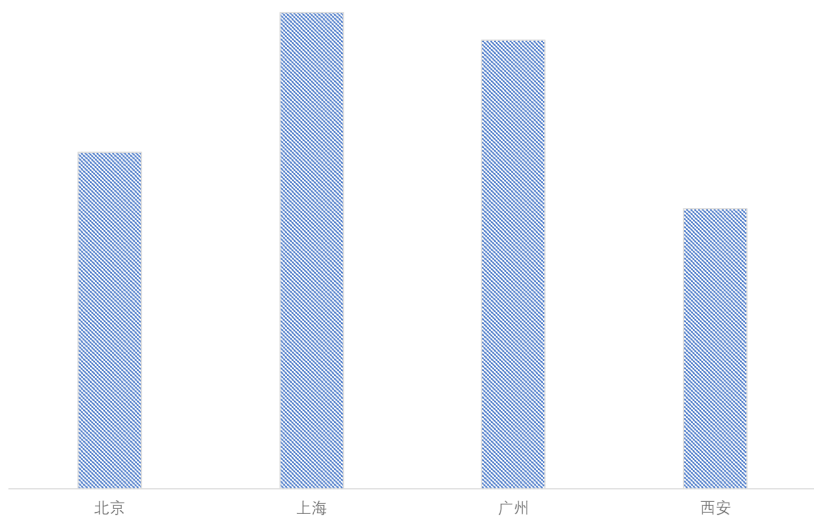
· 图 4-97

前两种颜色的改变都可以在“设计”选项卡中通过“更改颜色”来完成，如图 4-98 所示。需要注意的是，当柱形图为单系列图表时需要先在“设置数据系列格式”中选择“依数据点着色”，柱子的颜色才能跟随预先设定好的方案进行变换。最后一种颜色的改变需使用“纯色填充”来进行调整。



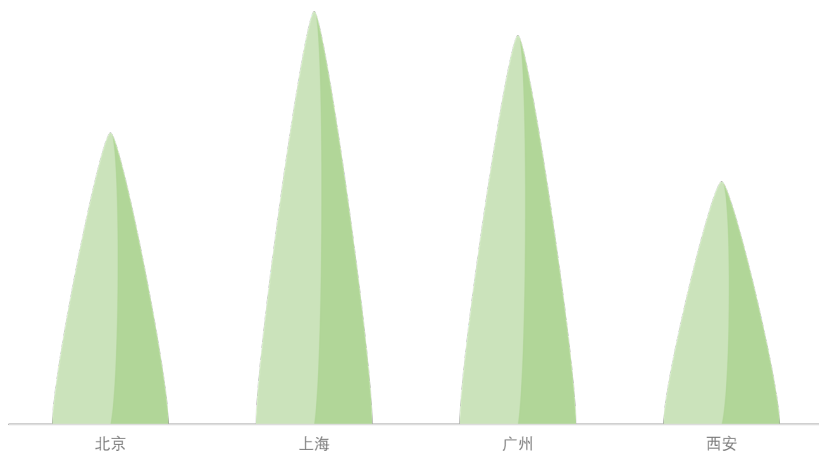
· 图 4-98

最为关键的是对柱形图柱子的外形样式进行优化，其实这种优化和颜色的改变一样，也是使用填充功能。图 4-99 就是使用“图案填充”后的效果。



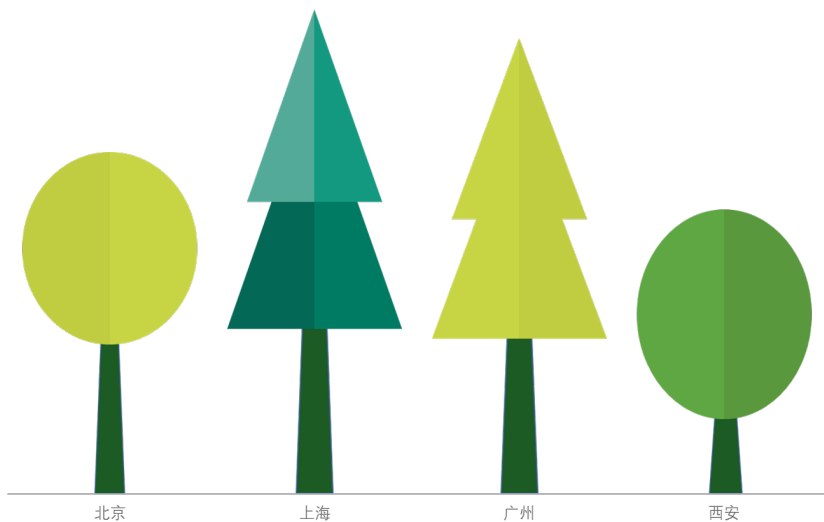
• 图4-99

大部分时候我们会选择变换柱子的形状。只需复制图表以外的一个图形形状，再选中图表中的数据系列进行粘贴，即可用这种形状替代图表中的图形，并且会根据数据大小自动变化形状的比例大小，如图4-100所示。



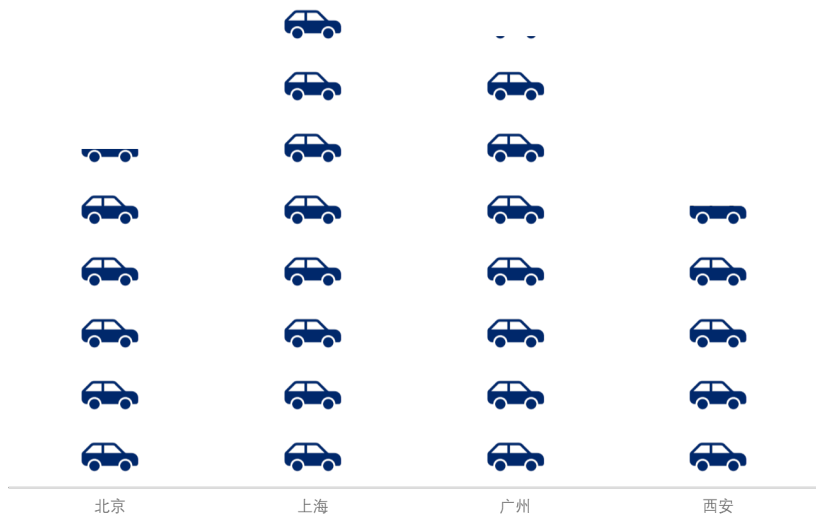
• 图4-100

在填充时需要注意，添加到柱形图里的形状是无法再改变颜色的（更改颜色后会变回柱子）。形状的美观程度对图表影响很大，因此尽量避免直接使用三角形这类自带的形状，而是应对其稍加处理，图4-100就是使用两个颜色相近的直角三角形组合成的新形状，图4-101是通过半圆、三角形、梯形组合出的新形状。



· 图4-101

除了使用形状还可以使用一些图标，如图 4-102 所示。



· 图4-102

图标的默认填充状态为“伸展”，需将其更改为“层叠”或是“层叠缩放”，两者都可以较好地展现图标的外形，如图 4-103 所示。

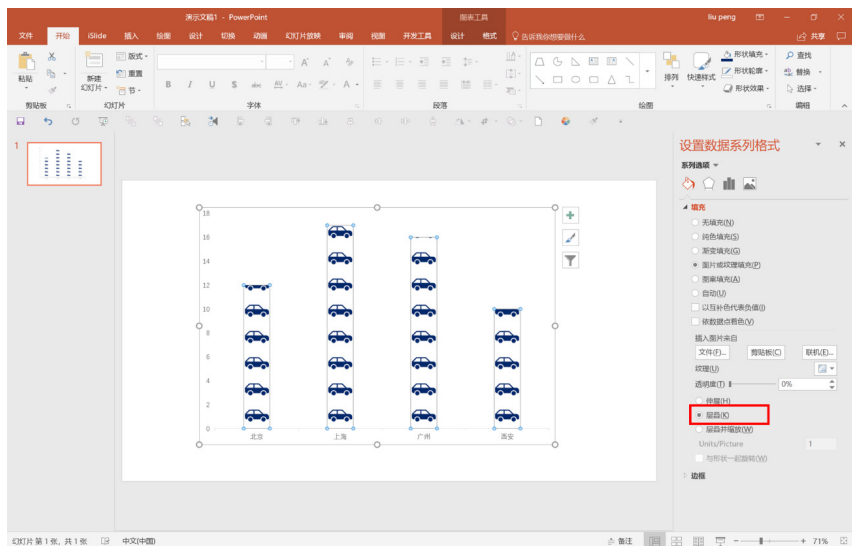


图 4-103

在数值不是太大的情况下，可以把“间隙宽度”调到最大，“层叠缩放”图标 的个数直接对应数值大小（数值较大时图标会压缩变形），而“层叠”的图标与数值并无直接的对应。图 4-104 中小汽车的数量分别为 12、17、16、10，刚好与四座城市的发货量数值对应。

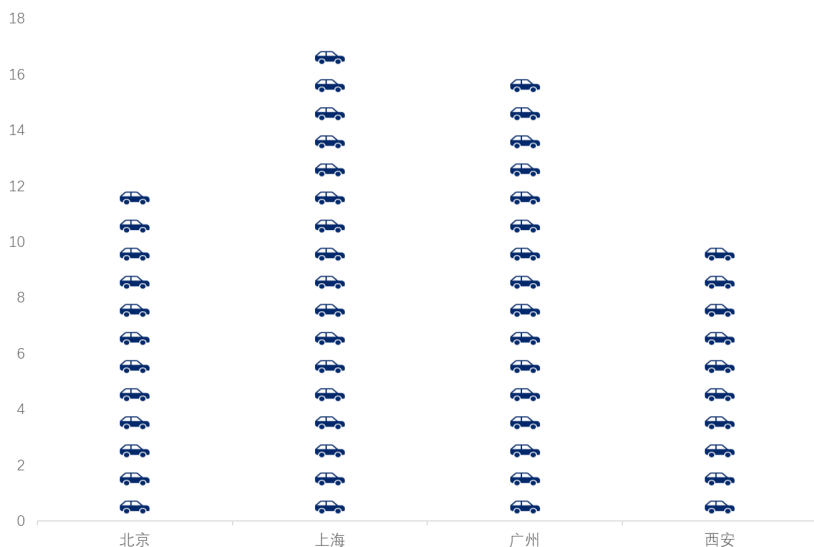


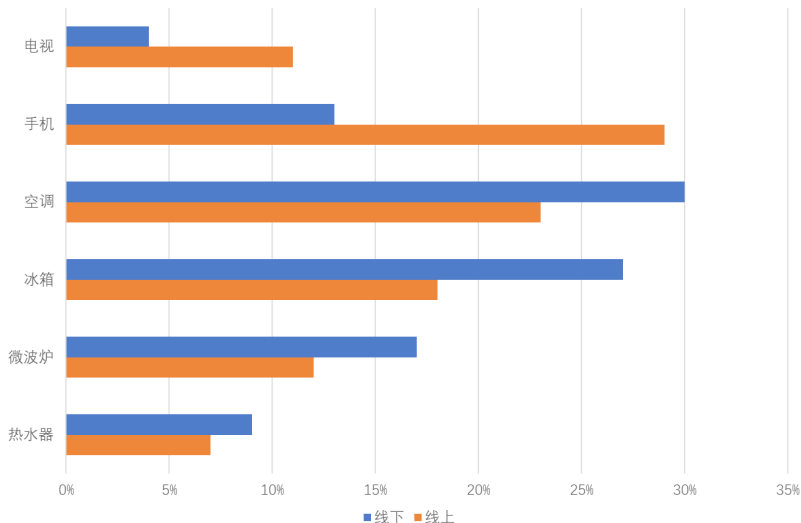
图 4-104

条形图在数据逻辑的表达上与柱形图几乎相同。相比柱形图，条形图中更适合放置更多的数据项。

条形图基本的优化思路与柱形图相似，这里就不再赘述。下面来说一下当有两组数据系列时，条形图的特殊展现形式旋风图。旋风图的特点是两组条形图的矩形条沿中间的纵轴分别朝左右

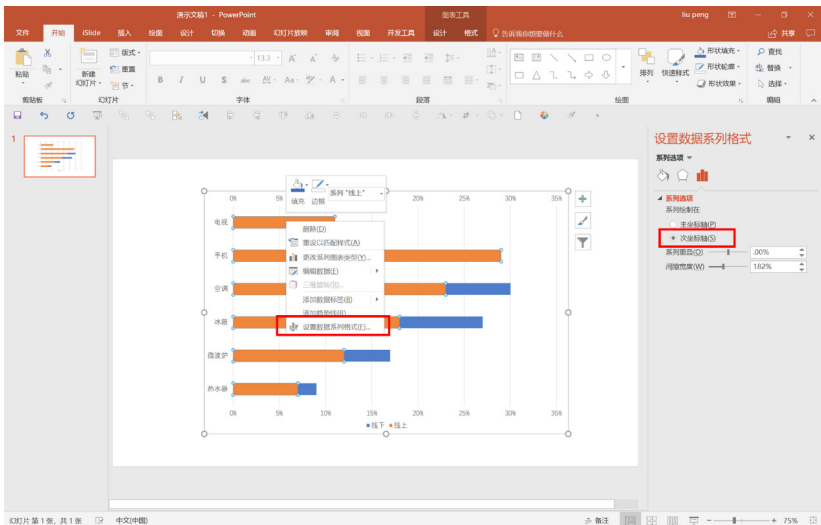
两个方向伸展在 PPT 里，可以通过“次坐标轴 + 逆序坐标”的方法来实现，具体方法如下。

Step1 使用线上、线下两组数据组成如图 4-105 所示的条形图。



· 图 4-105

Step2 在图表中选中其中一个系列，如橙色的线上系列，单击鼠标右键，在弹出的菜单中选择“设置数据系列格式” - “次坐标轴”命令，如图 4-106 所示。



· 图 4-106

这时看到在图表的上方又出现了一条横坐标轴，而线上系列就是以这条坐标轴作为其参考的，如图 4-107 所示。

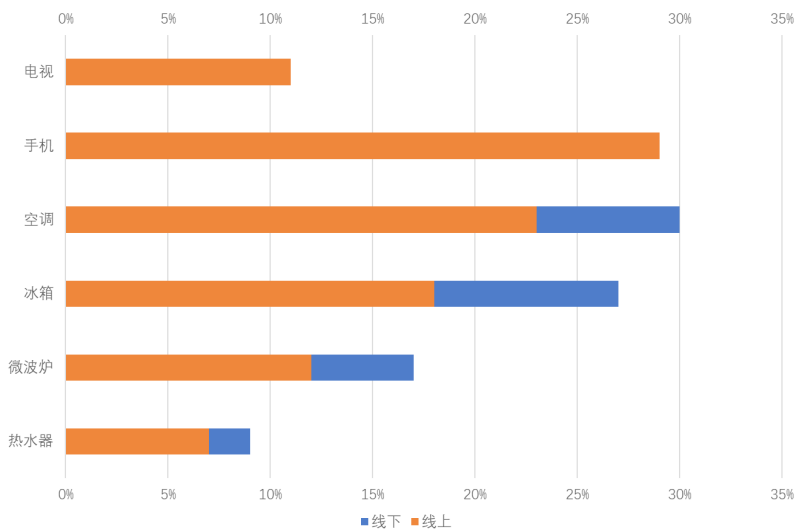


图 4-107

Step3 两组数据系列分别以不同的坐标轴为参考，接下来需将其中一个数据系列转换方向，形成反向的矩形条。选中图表上方的横坐标轴，在“设置坐标轴格式”里选择“逆序刻度值”，如图 4-108 所示。

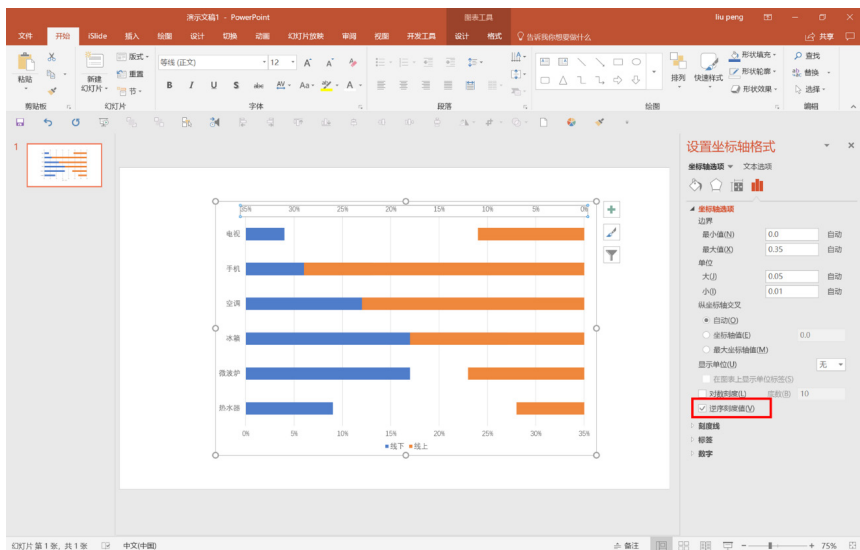
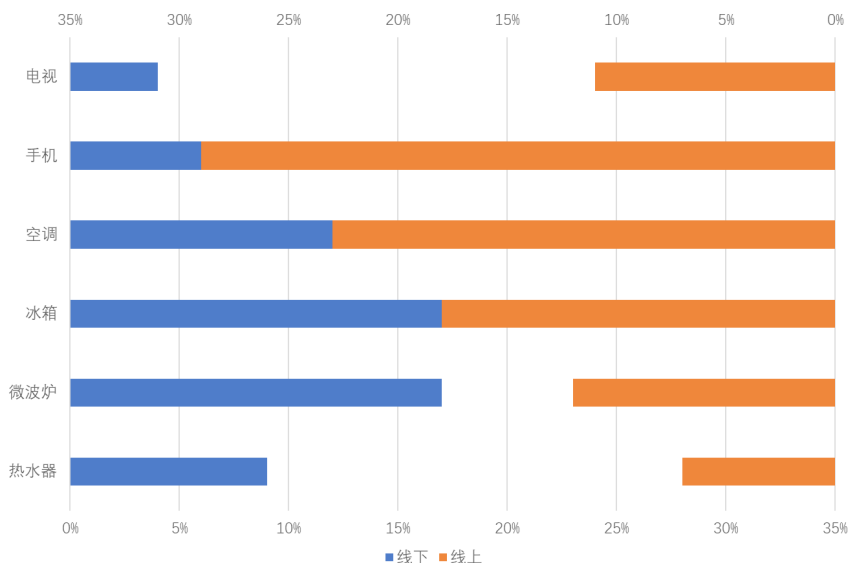


图 4-108

所谓的“逆序刻度值”就是将坐标轴的数值顺序转换为反向排列。绘制在这个坐标轴上的图形也会相应地转换成反向显示，如图 4-109 所示。

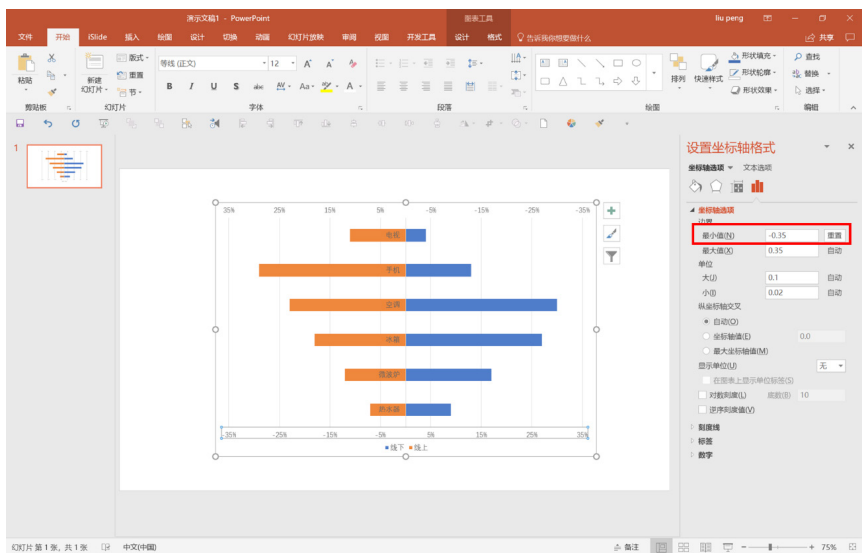


· 图4-109

Step4 得到两组数据系列的矩形条面对面的反向显示图形，接下来通过调整上下两根横坐标轴的数值范围，使它们能够显示为背靠背的反向形态。

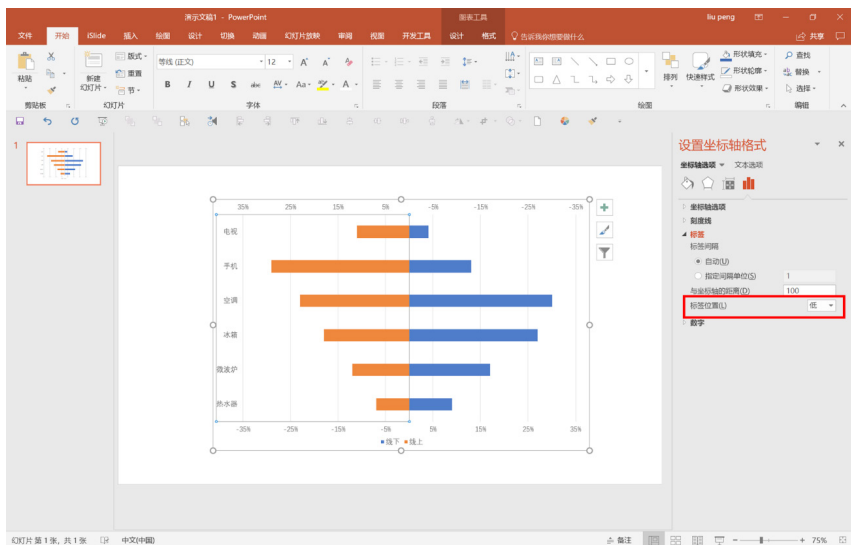
这需重新设置横坐标轴的数值范围，以当前的最大值为参考，把最小值扩展到最大值所对应的负数值，形成正负完全对称的数值范围。

分别选中上下两根横坐标轴，在“设置坐标轴格式”里将“最小值”改为 -0.35，“最大值”为 0.35 不变，得到如图 4-110 所示图形，旋风图的外形基本就已经出来了。



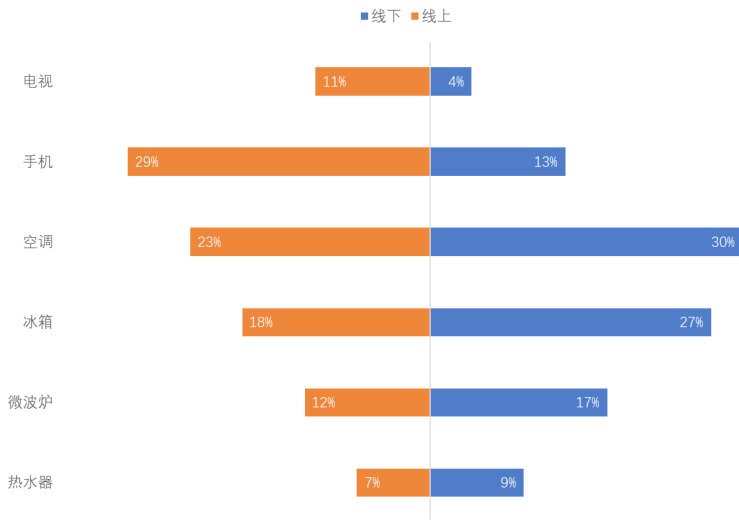
· 图4-110

Step5 为了显示上的美观，可以将纵轴上的分类标签显示到图表外部。选中纵坐标轴以后在“设置坐标轴格式”里选择“标签”，然后将“标签位置”设置为“低”（低在左侧，高在右侧，这里依据平日习惯选择了左侧），如图 4-111 所示。



· 图 4-111

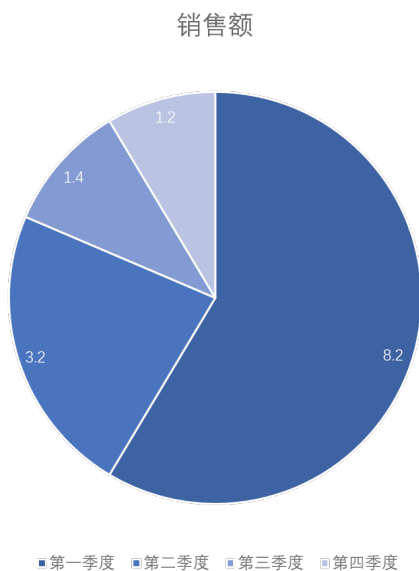
最后对图表进行进一步的美化。删除坐标轴和网格线，添加数据标签显示，得到的旋风图如图 4-112 所示。



· 图 4-112

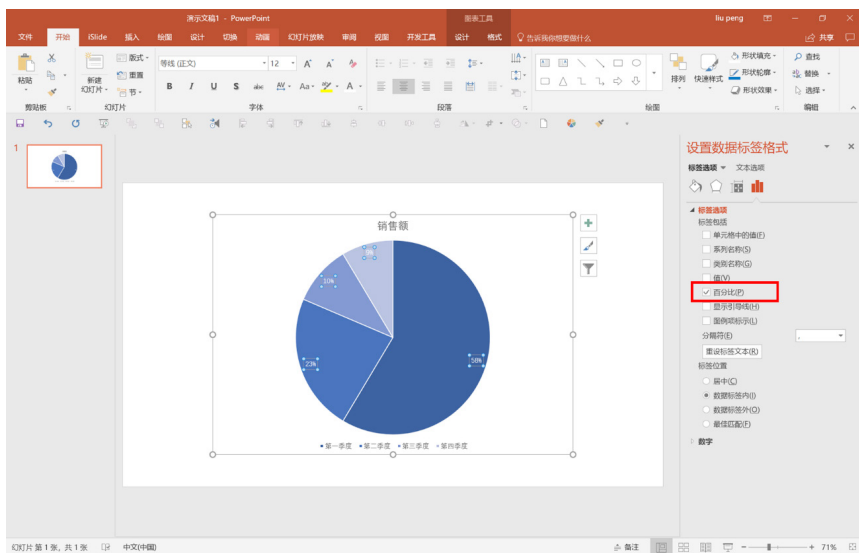
2. 饼图与圆环图优化

饼图只有图表标题、数据标签、图例和数据序列（扇形）四个元素，需要简化的元素并不多，如图 4-113 所示。



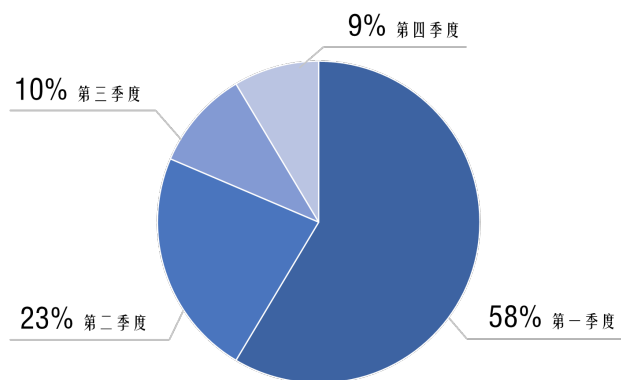
· 图 4-113

数据标签默认情况下是以数值的形式表现的，这与饼图本身表示占比不太相符，因此在实际使用中都会在“设置数据标签格式”中将“标签选项”改为“百分比”，如图 4-114 所示。



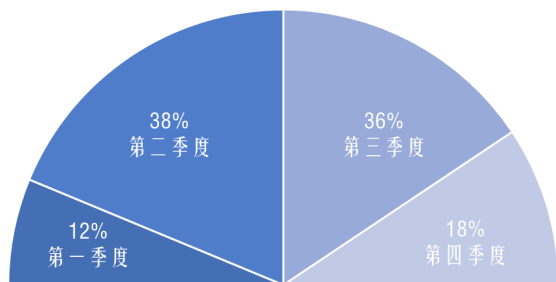
· 图 4-114

在简化元素时可将原有的数据标签、图例都删除掉，再在饼图的外部重新添加相应的数据说明，如图 4-115 所示。



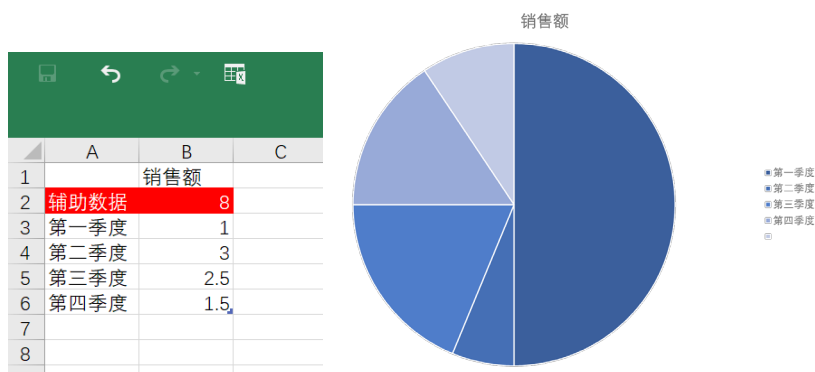
· 图4-115

在形状的优化上，饼图可以通过辅助数据的无色填充来进行外形上的变化，图4-116的半圆形饼图就是常见的应用，具体操作步骤如下：



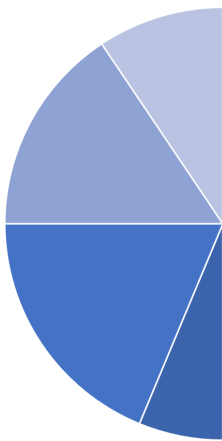
· 图4-116

Step1 新建一个饼图，在数据录入时添加一个辅助数据，该数据值应与其他数据值之和相等，如图4-117所示。



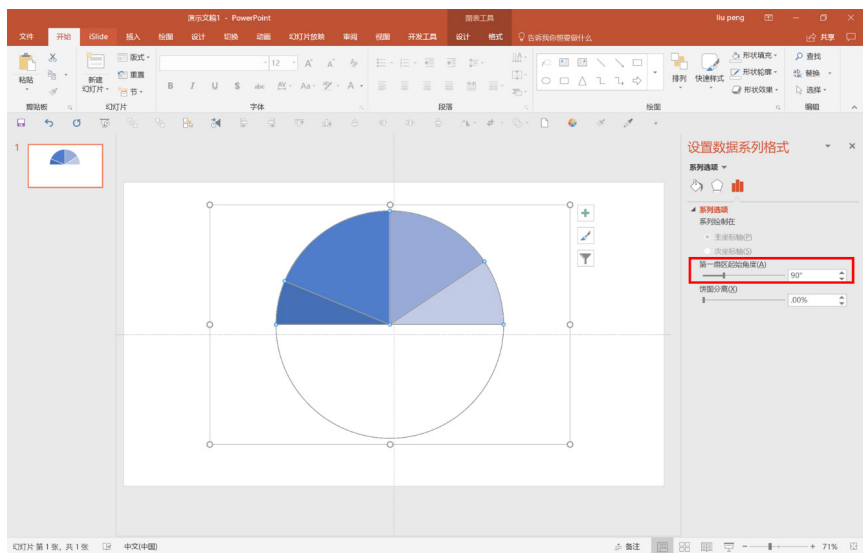
· 图4-117

Step2 删除饼图的图例、标题等元素，单击占比50%的半圆形，将其颜色设置为无填充，如图4-118所示。



· 图4-118

Step3 选择饼图,在“设置数据系列格式”中将“第一扇区其实角度”变为 90° ,如图 4-119 所示。

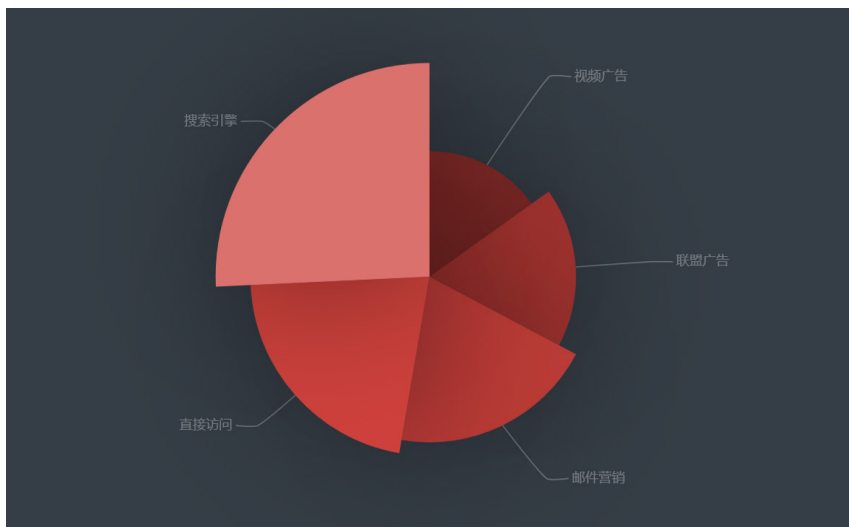


· 图4-119

最后,在扇形上添加文字即可。需注意的是,半圆形各扇区的百分比应是实际百分比的一倍,否则最终的总数将是 50%。

使用该方法还可以将饼图的大部分隐藏,只留下一个扇区。当多个扇区层层叠加在一起时就会形成南丁格尔玫瑰图,如图 4-120 所示。

圆环图和饼图没有本质上的区别,唯一比较明显的区别是:圆环图既可以进行单一数据的展现,也可以很方便地同时展现多个数据系列。而从图形外观上来看,增大圆环内径会留出更多的空间以填写说明。

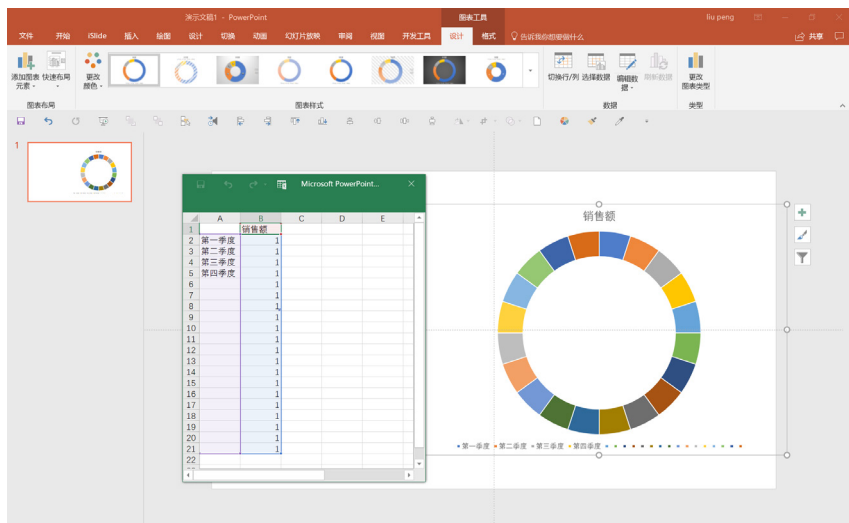


· 图 4-120

在展现单一数据时，圆环图的特殊形式是分段式圆环图。这种图表实质上就是把一个圆环拆分成多个等分的扇形来展现。这种图表在制作之前需要根据实际的数值来设定相应的分段个数。

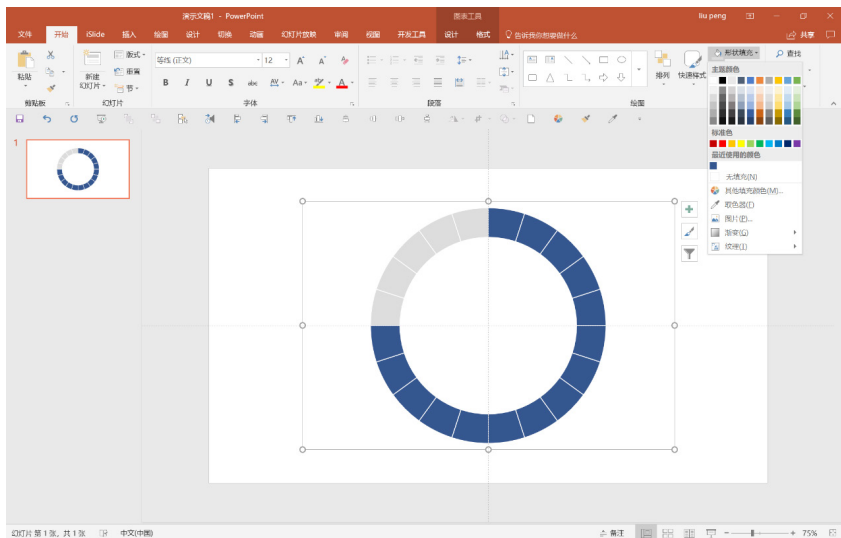
例如，要绘制 75% 的分段式圆环，可以把数分段个数设定为 20 个，然后将其中的 15 个（ $15/20=75\%$ ）扇区填充主色，剩余部分选择其他颜色进行填充。具体操作如下：

Step1 在 PPT 里新建一个圆环图，在编辑数据时添加 20 组数据，数据值为 1，得到如图 4-121 所示的圆环图。需要注意一点，在添加新数据时需要将 Excel 表格中的彩色框拖拽覆盖所有数据，否则新添加的数据在图表里将无法显示，从而导致圆环图的份数不够。



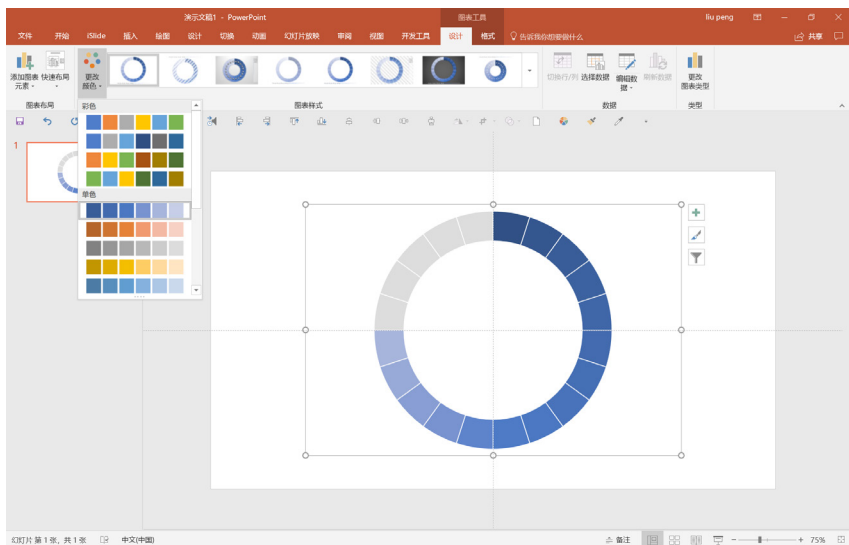
· 图 4-121

Step2 删除标题、图例，然后单击圆环使用“形状填充”将 20 个分段的颜色统一变为蓝色，再将其中的 5 个分段变为灰色，如图 4-122 所示。



· 图 4-122

或者单击圆环后在“设计”选项卡中使用“更改颜色”，将 20 个分段的颜色改为蓝色渐变，再将其中的 5 个分段变为灰色，如图 4-123 所示。

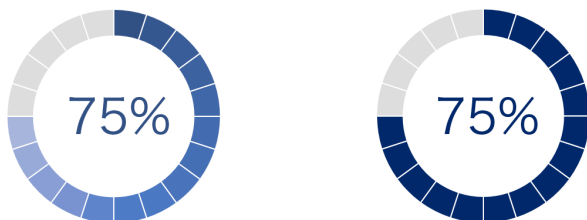


· 图 4-123

Step3 将相应的数值放入圆环中即可，如图 4-124 所示。

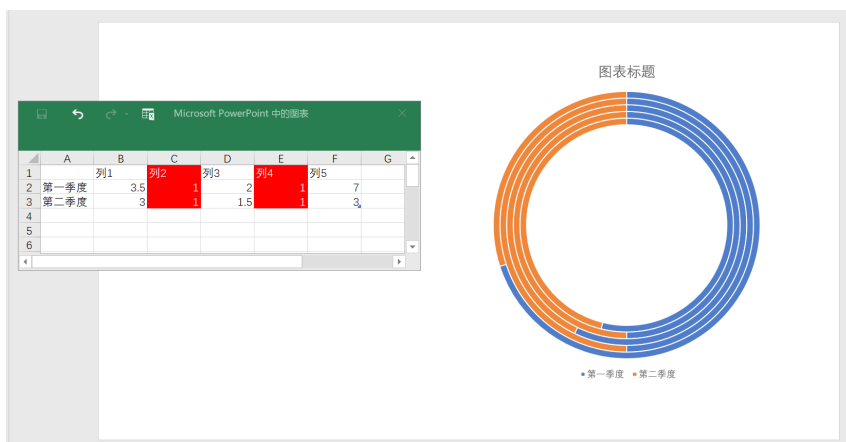
展现多数据的圆环图常被改造为跑道式圆环图，其实质是多层圆环图采用辅助数据的无色填充。例如要绘制一个包含三组数据的跑道式圆环，需要准备 5 组数据，其中 3 组数据分别对

应了三个圆环，另外两组数据进行无色填充。具体操作如下：



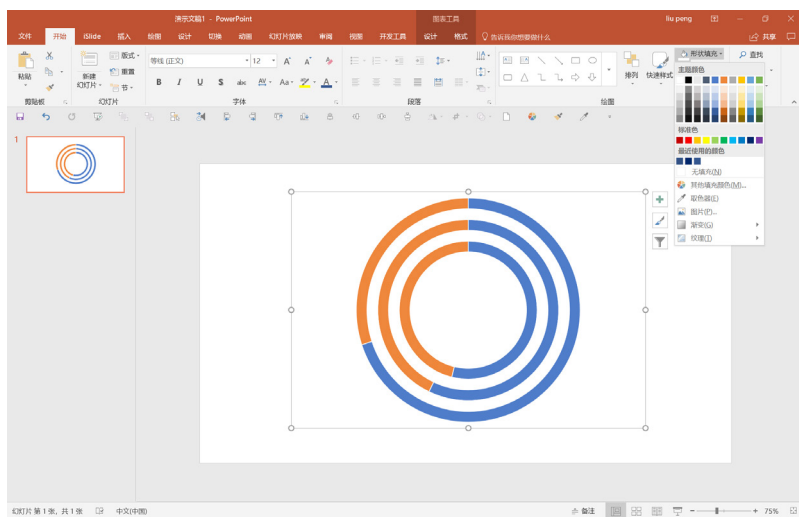
· 图 4-124

Step1 在 PPT 里新建一个圆环图，添加 5 个系列的数值，其中第 2 列和第 4 列为辅助数据，如图 4-125 所示。



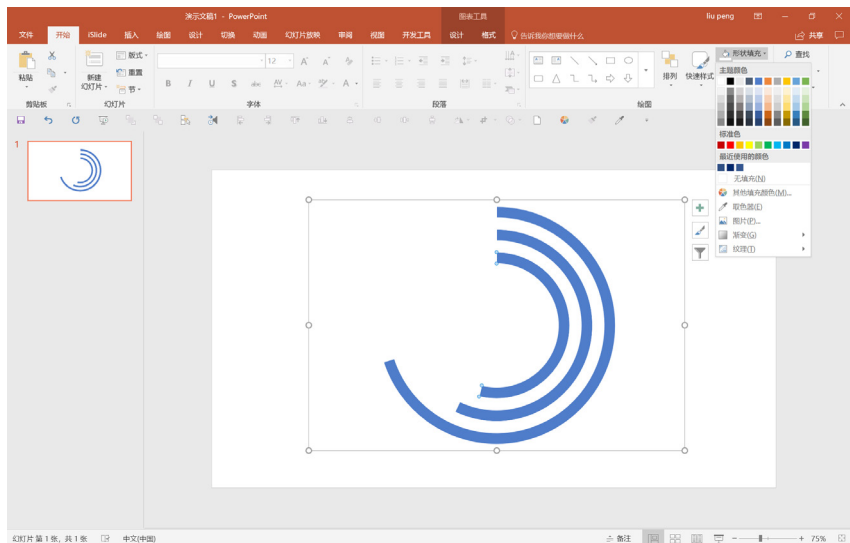
· 图 4-125

Step2 将标题、图例删除，在“形状填充”里把辅助数据圆环颜色改为“无填充”，如图 4-126 所示。



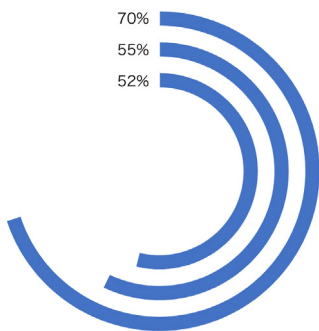
· 图 4-126

Step3 单击圆环两次，选中橙色的扇形，采用无填色的方式来隐藏其显示，如图 4-127 所示。



· 图 4-127

Step4，在图形的左侧添加相应的数值，如图 4-128 所示。



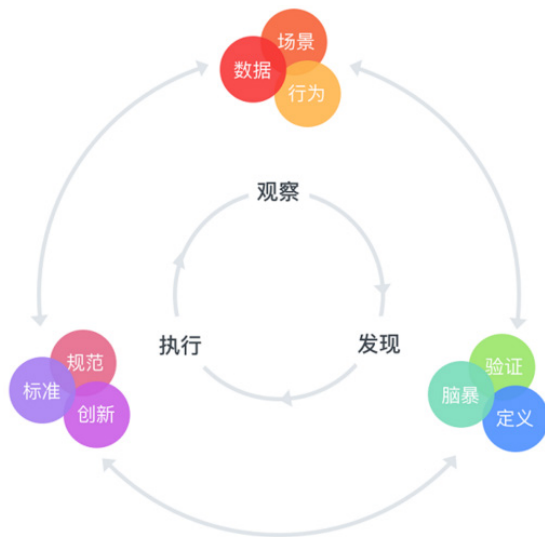
· 图 4-128

如果想对图表进行进一步的美化，我们会考虑使用一些在线的图表网站，比如图表秀、百度 Echart 等，大家如感兴趣可自行了解一下。

4.3 形状：使抽象的概念转化为可视的图解

在没有图片的情况下，如果想让 PPT 不再单调乏味，则可以使用这个 PPT 中功能最强大的元素——形状。

形状以多种多样的形式存在于页面之中。如图 4-129 所示是一个由纯形状组成的逻辑图，用不同颜色的圆点区分了内容，相近颜色的圆组成了类别，最后用线条划分出内外两个层次，一目了然。



· 图4-129

本节将从形状基础、合并形状、逻辑图示三个方面来进行讲述。

4.3.1 形状基础

PPT 中自带的形状有 9 大类 170 多种，比较常用的有矩形、圆形（或椭圆形）、三角形、任意多边形、线条和箭头等（如图 4-130 所示），使用这些形状不但可以美化页面，只要有足够的耐心并肯花费时间，甚至可以只使用形状来完成一套 PPT。



· 图4-130

1. 形状的作用

(1) 突出内容重点。想借助形状突出重点，可以从两个方面着手：第一是颜色对比要强烈，越强烈就越容易引起听众的注意力；第二是元素占版面的面积要大，越大就越吸引观众的眼球。

比如图 4-131，红线与整个页面的色调形成反差，用其在“舒服、影响力、成功”下进行标注，让人第一时间就能将三个词联系起来。



· 图4-131

与此类似的例子还有很多，比如图 4-132，给黑色的矩形设置一个红色的边框，以此突出框里的文字。



· 图4-132

这种页面上的突出与强调，除了使用标注于文字之外的线条，还可以使用各种形状的色块来进行反衬，让内容文字置于其中。

比如借助一个绿色的圆形将所要表达的文字在白色的页面上凸显了出来，如图 4-133 所示。。

废旧衣服回收利用的经济创收

$$2600\text{万吨} \times 1000\text{元/吨} = 260\text{亿元/年}$$


· 图4-133

(2) 丰富版面层次。幻灯片的默认背景是一个白色矩形,如不添加形状只使用一个纯色背景,看起来会有些呆板。特别是在版面上元素过少的情况下,这种感觉会更加明显。如果添加了形状,可以使页面的层次感更丰富,避免了页面过于呆板的情况。比如图4-134,图中页面白色区域居多,人物呈现动感,但页面排版却没有变化,这时可以添加形状来增加画面的动感,如图4-135所示。

NIKE PARK

成年人 体育综合服务项目

致力于成年人身心卓越的体育教育

SPORTS COMPREHENSIVE SERVICE PROJECT IN PRIMARY AND SECONDARY SCHOOLS



· 图4-134

NIKE PARK

成年人 体育综合服务项目

致力于成年人身心卓越的体育教育

SPORTS COMPREHENSIVE SERVICE PROJECT IN PRIMARY AND SECONDARY SCHOOLS



· 图4-135

图 4-136 是典型的图文搭配，因为画面层次感不强，所以页面看起来干巴巴的。



添加上形状后，页面的层次从浅灰色背景与文字图片的两层，变为了底层浅灰色背景、次底层深灰色矩形、中层文字、图片、咖色矩形、线条和顶层图片周边的咖色 L 型。如图 4-137 所示。可以看到图片在深灰色矩形上有一定的延伸突出，感觉好像图片比深灰色矩形距离我们更近一点，从而很好地划分标题、正文与配图的信息层次，同时每个内容层次信息也更加清晰和有条理。



(3) 划分统一版面。线条、线框、色块每一种形状都有大小和面积，它们可以在页面上划分出一个独立的空间，这种特性不但可以被用来规整 PPT 的版面信息，还可以让外形不一致的元素变得统一，图 4-138 中一个矩形色块就代表一个内容信息，一眼就知道页面一共包含三个内容信息，而且由于矩形本来就比较整洁，版面看起来也有序。



• 图4-138

另外，当手头上的元素大小不一致时，可以通过添加一个统一的形状，保持页面上的整齐。如图 4-139 所示，原本所要用的企业 Logo 尺寸颜色都不一样，而且都好像膏药一样贴在背景上。使用红边的圆形后，Logo 在视觉上变得一致，并且不再影响背景图片的观感。



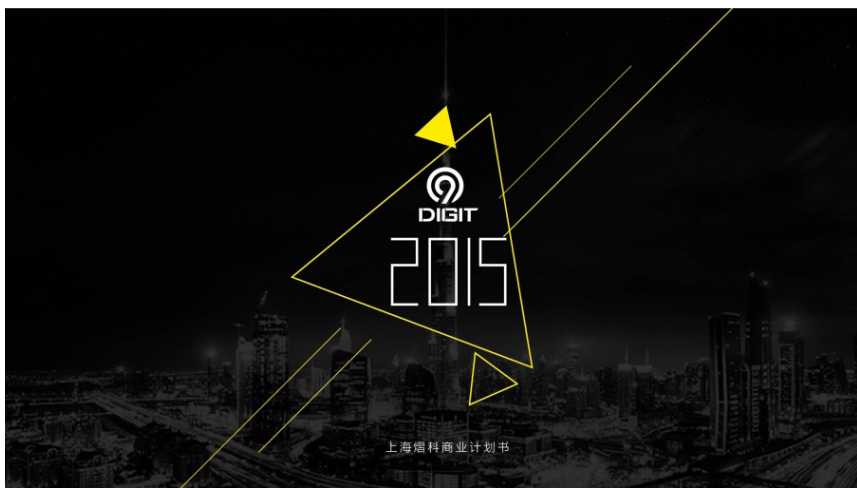
• 图4-139

还可以使用线条将版面划分成大小相等的方格，将大小和外形都不一样的图标放入其中，视觉上的有一种错觉——版面显得整齐，如图 4-140 所示。



· 图 4-140

（4）装饰点缀页面。使用形状还可以为画面进行装饰和点缀。这里要注意的是，作为装饰点缀的形状一般都会赋予画面一定的意味，让页面带有一定的气质。比如图 4-141 的线条让整个作品显得有轻盈感，倾斜的三角形能够让整个作品带有动感和速度感。



· 图 4-141

如果浏览网页时留心就会发现，这种设计方法在网页设计中十分常见。它们多使用元素来点缀画面，让画面看起来更加丰富。

设计中经常会遇到页面中文字内容较少的情况。如图 4-142 所示，页面上本来只有正副标题和作者姓名这些文字内容，这样的页面无疑是丑陋的，添加了三角形的透明色块会让整个页面变得更有灵动性。

大学生创新与创业

创新放飞梦想 创业成就未来

王兵兵



• 图4-142

(5) 蒙版遮罩美化。在 PPT 中，可以对形状的透明度进行设置。将半透明的形状当作蒙版来使用，以降低图片的亮度，或者让页面过渡自然。

如图 4-143 所示，由于背景图片亮度过高，直接把白色的文字放在图片上，则文字显示不清楚，而如使用黑色的文字又显得有些生硬。

这时可以添加一块半透明的黑色渐变矩形，去掉矩形的轮廓，拖动到全屏幕大小，再调整图层位置，将其放在图片与文字中间。调整过后，背景的亮度就大大减低了，文字就变得清晰了，如图 4-144 所示。这种做法可以赋予文字更多的视觉表现力，更有画面感。



• 图4-143



• 图4-144

蒙版还可以让图片与文字、背景过渡得更加自然。



• 图4-145

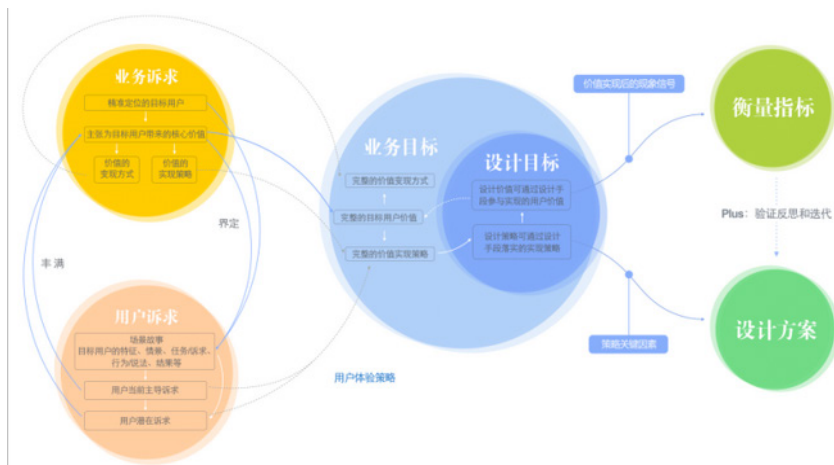
图 4-145 中，左边文字与右边图片过渡很生硬，中间有很明显的分界线，并且部分的文字置于图片之中时还会看不清。

如果想过渡自然一点，可以插入一块半透明的渐变矩形，将靠近图片一侧的透明度设置成 100%，另一侧选用和背景一样的颜色，根据实际情况选择透明度（案例中为 0），放在文字与图片的过渡处，利用半透明蒙版的遮罩效果达到自然过渡，如图 4-146 所示。



• 图4-146

（6）逻辑关系展示。单独的形状并不能表达逻辑关系，但是当多个形状以某一种特定的形式出现时，就能够感受到它所蕴含的含义。这种展现的方式一方面让文字之间的关系变得一目了然，另一方面又避免了文字的枯燥。图 4-147 就将复杂的业务流程用形状清晰地呈现出。在实际的工作中还有诸如麦肯锡 7S、波特五力模型等都是用这种表现形式。



· 图4-147

(7) 作为图标象征。图标具有高度浓缩并快捷传达信息、便于记忆的特性。可以使用 PPT 里的形状绘制各种各样的图标，但在大多数的时候为了节省时间我们会在网上下载现成的图标来使用。

如遇到大量文字，肯定不能像 Word 文档一样将它们放在页面中，但即使将它提炼为 4~5 段的文字，在前面加上序号，还是觉得不够简洁、不够精致。如图 4-148 所示，页面中有一级标题、二级标题和正文，典型的项目符合罗列式展现，看起来很枯燥。使用图标后内容更加的生动有趣，如图 4-149 所示。



· 图4-148

(8) 拟人化叙事。在幻灯片教程中拟人化的方式有很多，虽然效果很好，但经常会被忽略，如图 4-150 所示。



· 图4-149



· 图4-150

两个案例有一种幽默的感觉，这是一种扁平化的应用，让观众看到这一页幻灯片时非常有代入感。

在PPT中用形状绘制卡通人物，整个界面就好像在跟你对话一样，这种表述十分生动，但要注意不能用在比较正式的场合。如果绘制的手工效果不太好，那么也不建议使用，否则会有

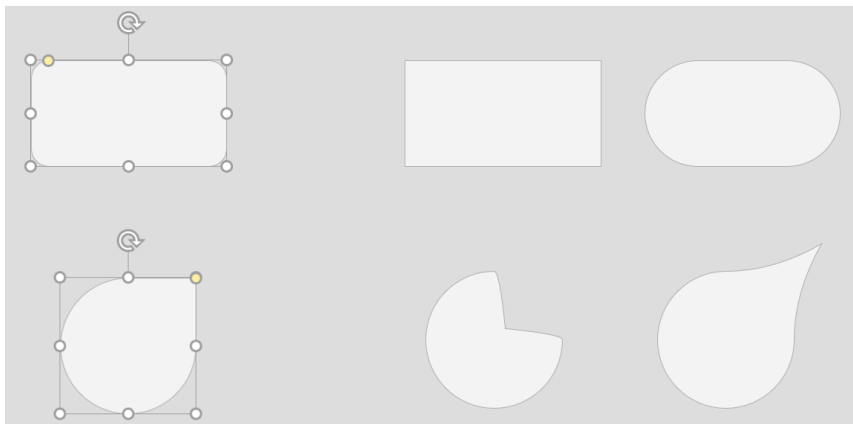
一种很尴尬的冷场效果。

2. 形状操作

想做出以上的各种效果，掌握基本操作是必不可少的，这就包括了调节控点、编辑顶点、变换样式。

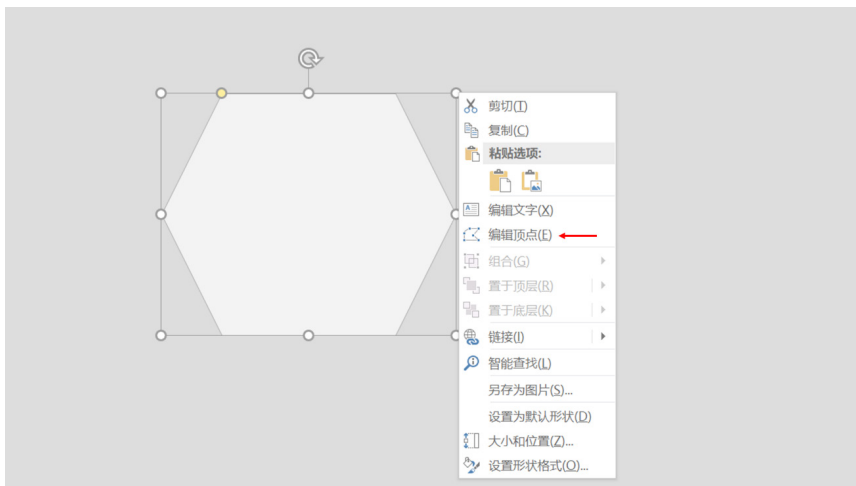
(1) 调节控点。PPT 里自带的形状大部分都会有控点，在新插入一个形状时通过调节控点(黄色小点)可以改变形状外观，在调节控点的过程中，可以产生更多新的形状。

如图 4-151 所示，通过控点向外或向内的调整，圆角矩形可以变为矩形或是边角更圆润的圆角矩形，泪滴形就可以变为微微张开的花瓣或是一个有着小尾巴的圆形。



· 图4-151

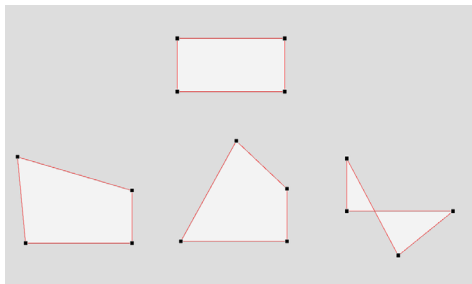
(2) 编辑顶点。控点的调节自由度并不是太高，只能通过拖拽点的位置来改变形状的外观，这时需用到更深一步的处理方法——编辑顶点。在任意形状上单击鼠标右键即可在弹出的菜单中看到“编辑顶点”命令，如图 4-152 所示。



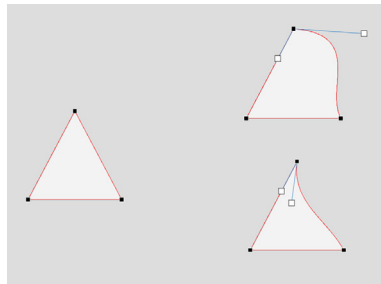
· 图4-152

编辑顶点主要有 3 个用途。

- 拖动顶点位置，改变形状外形。形状的顶点可以在无限的范围内进行拉伸，创造出很多意想不到的图形，如图 4-153 所示。
- 调节顶点杠杆，改变轮廓弧度。单击一个顶点则在黑色的顶点旁看见两个白色的控制手柄小方块，改变两个手柄位置就会使顶点附近的两条线的弧度发生变化。以三角形顶点为例，想要向外弯曲的曲线，就把控制手柄拉到原本的直线外面；想要向内弯曲的曲线，则把控制手柄拉到原本的直线里面，如图 4-154 所示。



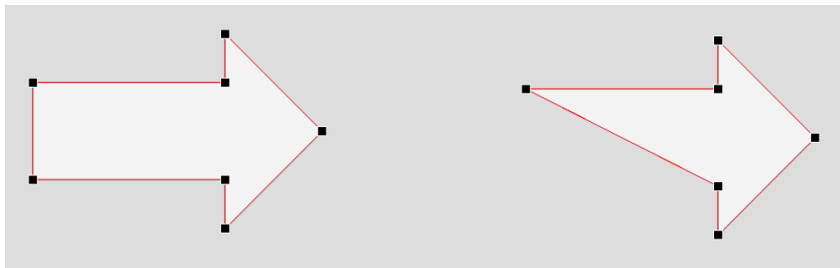
• 图 4-153



• 图 4-154

在调节时还有一些快捷的操作，比如平滑顶点、直线点等，其实是通过控制两边手柄的方向和长度进行调节的。

- 增减顶点数量，改变形状样式。这里需要注意的是，无论是增加顶点还是删除顶点，默认的点与点之间的线条都是直线，若想使用曲线还要再进行调整，如图 4-155 所示

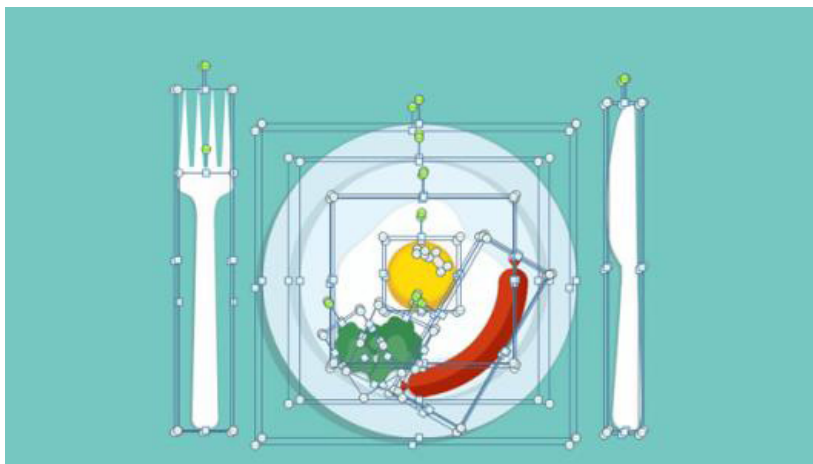


• 图 4-155

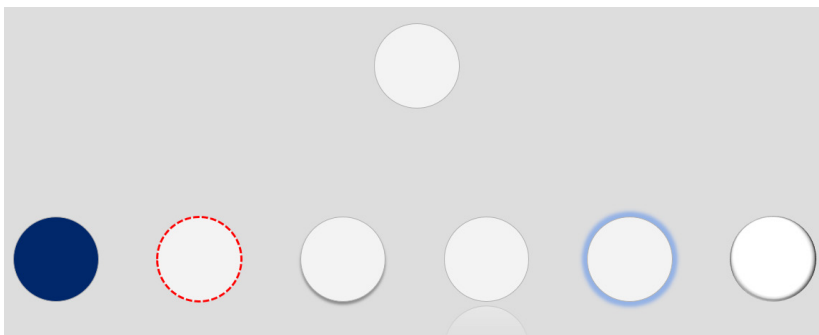
灵活运用编辑顶点，PPT 中的形状就可以千变万化。通过这种方法几乎可以制作出任何需要的形状，如图 4-156 所示。

(3) 变换样式。

上面两点都是对形状外形的修改，还可以通过填充、轮廓、阴影、映像和三维等格式参数的设定来改变形状的样式，如图 4-157 所示。

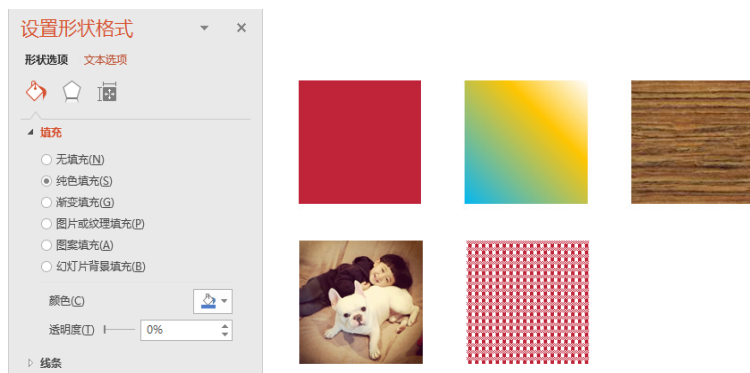


· 图4-156



· 图4-157

在这些设定中使用的最多的就是填充，可以在一个形状里填充纯色、渐变色、图片、纹理和图案，这与背景填充是一样的原理及操作方式，如图 4-158 所示。



· 图4-158

形状填充颜色时可以制作纯色半透明、渐变半透明的蒙版。现在以图 4-146 渐变色半透明蒙版为例，讲述具体操作。

Step1 在原图片与文字之间添加一个矩形，如图 4-159 所示。



· 图4-159

Step2 设置矩形的形状格式，将填充改为渐变填充，这时渐变光圈有多个，颜色为系统默认色，如图4-160所示。



· 图4-160

Step3 只保留两个渐变光圈，用取色器将两个光圈的颜色变得和背景色一致（这步操作很关键），然后将渐变类型改为线型，方向改为水平（0°或180°），靠近图片的一侧透明度改为100%即可，如图4-161所示。



· 图4-161

在以前这种方法还可以给圆形添加高光和阴影，形成一种立体的感觉，如图 4-162 所示。



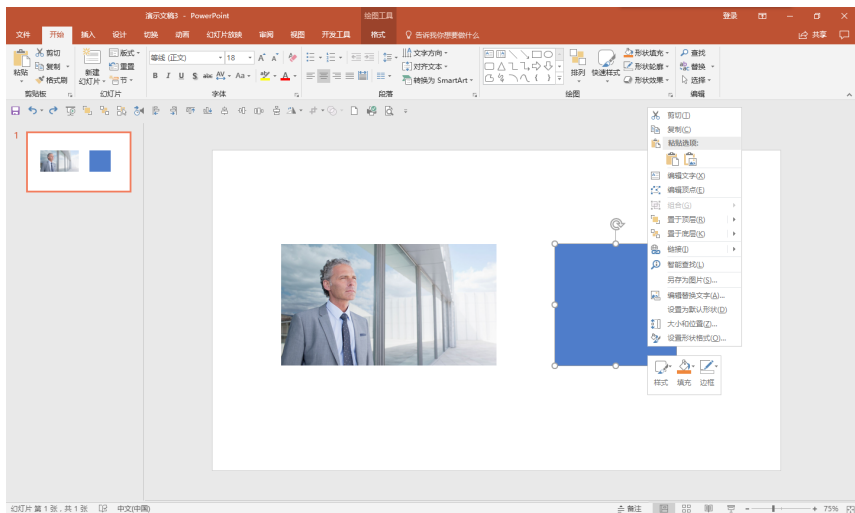
· 图4-162

在形状里填充图片时，需考虑图片与形状的比例是否一致。如果两者比例不一致，图片会变形失真。如图 4-163 所示，左侧的图片填充进右侧的正方形后完全变形，这时可以拖拽形状至合适的比例。但对于固定形状比例的情况，则需要在填充时进行一些操作调整，步骤如下：



· 图4-163

Step1 选择图片并复制，然后选择形状单击鼠标右键，在弹出的菜单中选择“设置形状格式”命令，如图 4-164 所示。



· 图4-164

Step2 单击右侧的“图片和纹理填充”按钮,然后再单击“剪贴板”,图片就会被填充进形状里,这时形状是变形的,如图 4-165 所示。

Step3 单击“将图片平铺为纹理”则看到图片变成了正常比例,但是人物的位置并不在图片正中,这时改变“偏移量 X 和 Y”即可进行调整,本案例是将偏移量 X 调整到 90 磅,如图 4-166 所示。

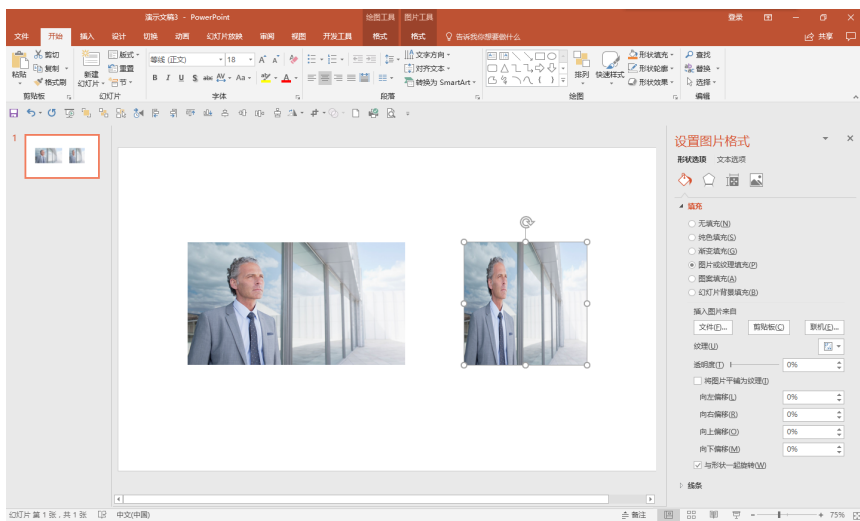


图 4-165

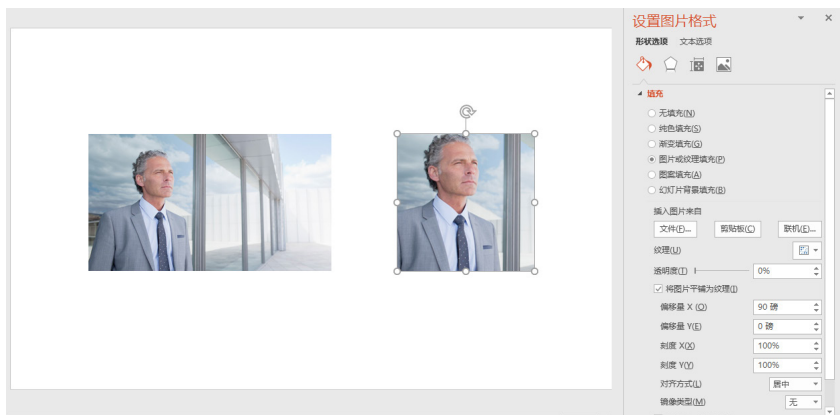


图 4-166

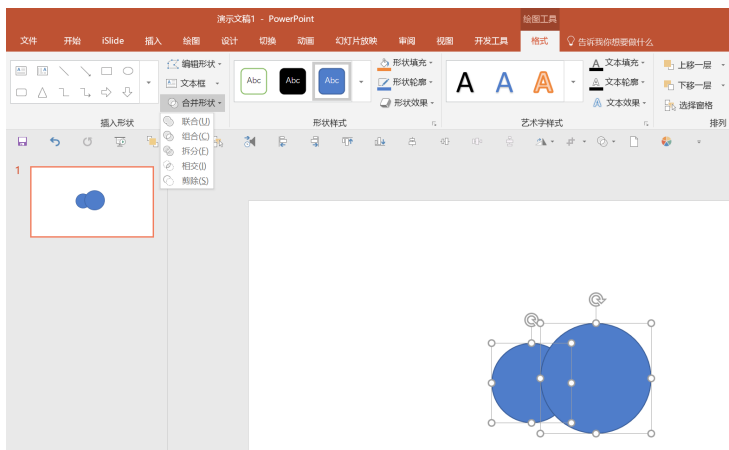
这种方法很好地解决了图片不能改变透明度的问题。

4.3.2 合并形状

PPT 的合并形状是指通过对两个以上的物体进行并集、差集、交集的运算,从而得到新的物体形态。

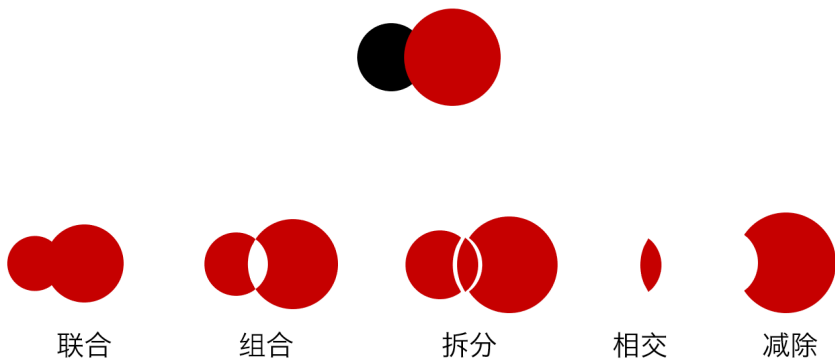
1. 合并形状的基本原理

2010 版 PPT 里加入了这一功能，但属于隐藏状态，需要调出才能使用。在 2013 及以上的版本当中，单击任意的形状选择“格式”选项卡，即可在编辑栏顶部左侧看见这一功能，如图 4-167 所示。



· 图4-167

合并是由联合、组合、拆分、相交和剪除这五个功能组成，这些功能让 PPT 变成了绘图利器，使用它几乎可以做出任何图形。下面以两个圆形为例，先来看下这五个功能分别都有什么作用，如图 4-168 所示。



· 图4-168

- 联合是将两个形状合并为一个新的形状。
- 组合同样是将两个形状合并为一个新的形状，但是会将重叠的部分去除。
- 拆分是将两个形状沿边界分割为多个新形状（案例中是三个），重叠的部分会变成新的独立形状。
- 相交是将两个形状重叠的部分保留，去除其他部分。
- 剪除是从第一个选中的形状中去掉与第二个形状重叠的部分，如图 4-169 所示。

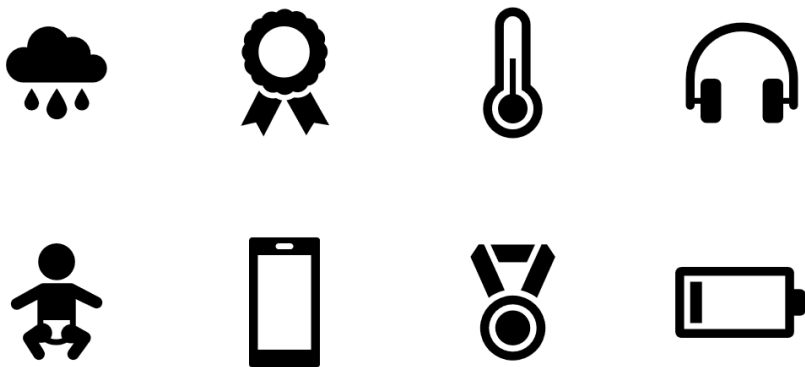


· 图4-169

在进行以上操作时，形状选择顺序的不同还会影响到新形状的颜色——根据先选中形状的颜色而定。图 4-168 展示的结果是先选择红色圆形再选择黑色圆形的结果。如果是先选择黑色圆形，则最终的各形状颜色应皆为黑色。如果是用鼠标框选，系统会默认最左侧的形状是第一个被选中的。

2. 形状与形状的合并

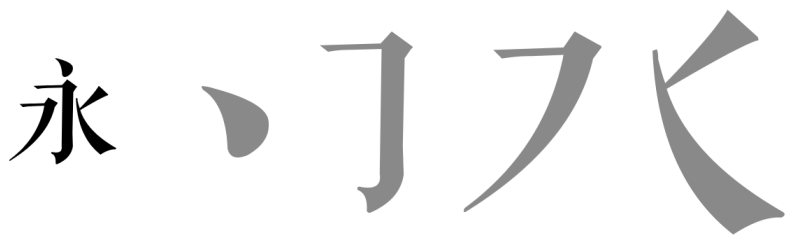
形状与形状的合并最常见的用法就是创造图标，如图 4-170 所示。其中下雨的云朵就是通过圆形和水滴合并而成，温度计就是通过圆形、圆角矩形、矩形多次合并而来，电池则是由多个矩形组合而成。



· 图4-170

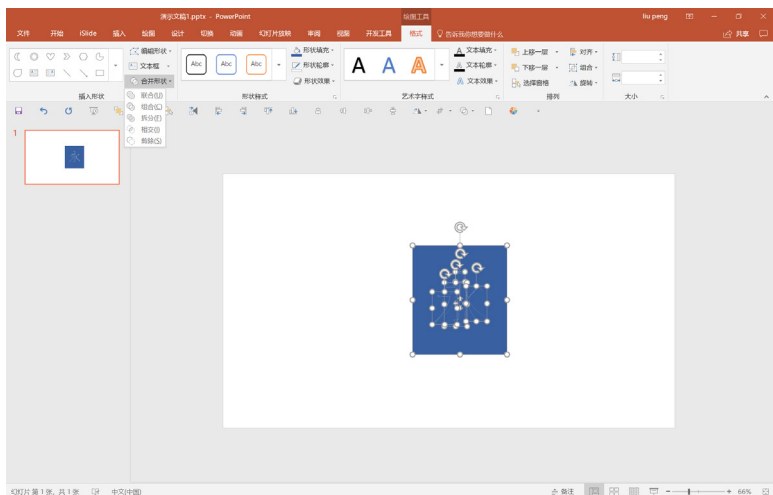
3. 形状与文字的合并

除了制作新图形外，合并形状还有很多非常实用的玩法。比如可以用合并形状功能将文字转化为矢量笔画，如图 4-171 所示。



· 图4-171

做法非常简单，输入一个汉字，然后再添加一个矩形并将它和文字放在一起，然后“合并形状－拆分”即可，结果如图 4-172 所示。



• 图 4-172

形状与文字还可以制作出镂空文字的效果。当形状与文字重叠时，使用“合并形状－组合”即可得到如图 4-173 所示的效果。



• 图 4-173

当文字置于形状之中时使用相同的功能，会得到如图 4-174 所示的效果。



• 图 4-174

4. 形状与图片的合并

使用形状与图片合并时，基本上都是在用形状去截取图片的某一部分。如图 4-175 所示一辆汽车的介绍图，用圆形截取了汽车的轮胎、车灯、后视镜和车头标志四个部分然后进行了放大。



· 图4-175

图 4-176 是我们常见的水墨型图片，它就是用墨迹在图片上截取了想要的部分。



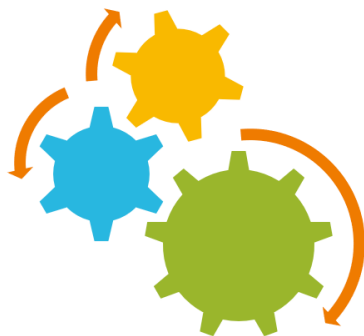
· 图4-176

4.3.3 逻辑图示

有些内容用语言无法准确地传达，需要搭配上图解才能更加清晰易懂。在 PPT 里要实现这些表达文字内在关系的逻辑图示一般有两种方法：一种是通过编辑顶点、合并形状等功能手工绘制；另一种就是由 SmartArt 直接生成，如图 4-177 所示。



手绘

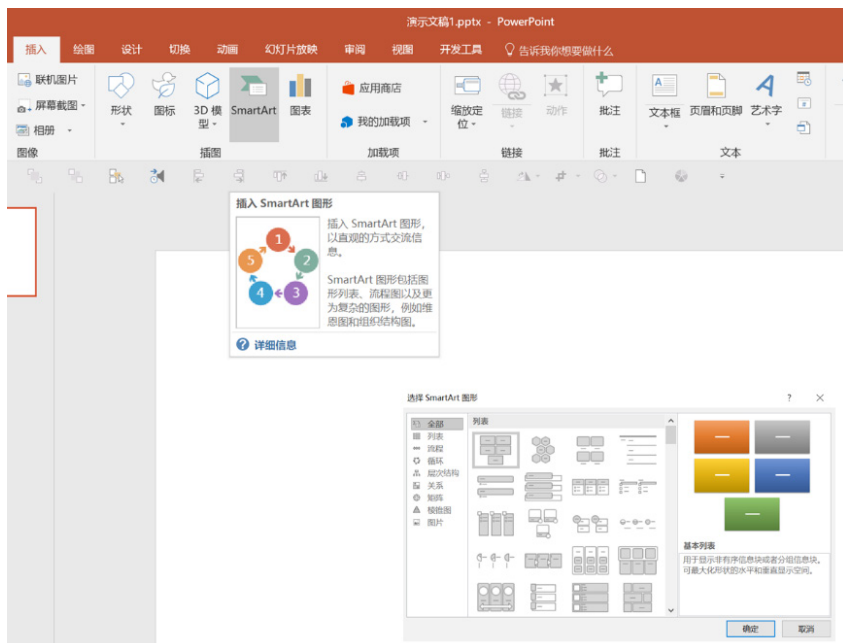


SmartArt

· 图 4-177

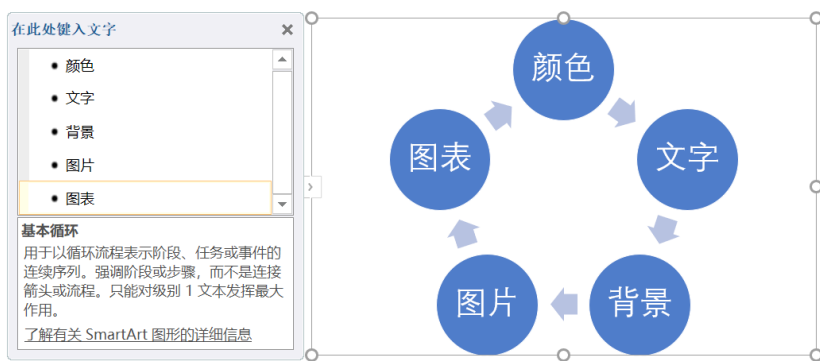
1. SmartArt 的基本功能

在 2007 版的 PPT 里已经有了这项功能，到了 2016 版图形更加丰富，如图 4-178 所示。可以通过更改形状或文本、添加效果（如阴影、反射、发光、柔化边缘或三维）来更改 SmartArt 图形的外观。



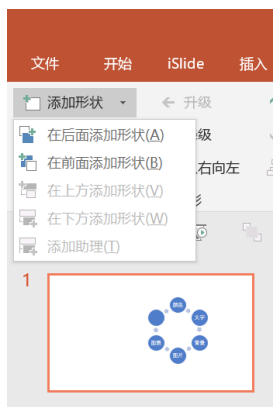
· 图 4-178

在 SmartArt 图形里填写文字时可以直接填写，也可以单击图形左侧的箭头在“文本”窗格中添加，如图 4-179 所示。



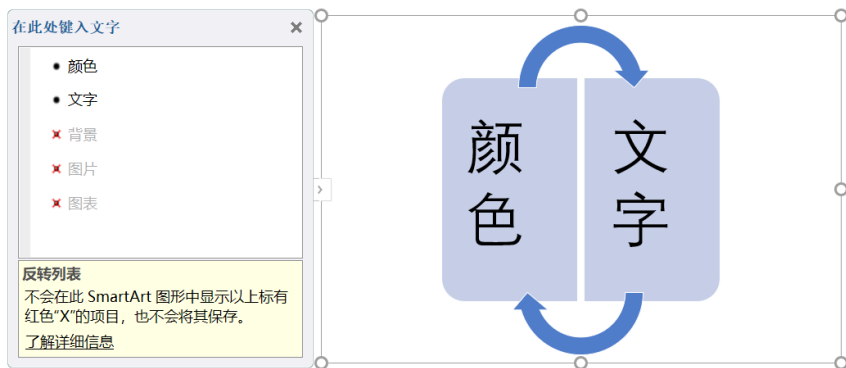
· 图 4-179

在形状数量较少时，可以直接在“文本”窗格中按 Enter 键添加新的形状，也可以在选择 SmartArt 图形后在“设计”选项卡中最左侧单击“添加形状”按钮增加新的形状，如图 4-180 所示。



· 图 4-180

但是需要注意的是，有些 SmartArt 图形包含的形状个数是固定的，无法添加新的形状，因此 SmartArt 图形中只显示“文本”窗格中的部分文本，未显示的文本在“文本”窗格中用一个红色的 X 来标识。如图 4-181 所示。如果切换到另一个版式，则未显示的内容仍然可用。但如果保持并关闭当前的同一个版式，则不保存未显示的内容以保护隐私。



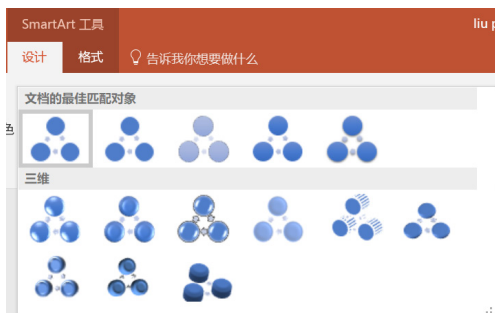
· 图 4-181

在生成一个新的 SmartArt 图形时，它的颜色和外观都是系统默认的（比如上面的案例默认都是蓝色），可以在“设计”栏中通过“更改颜色”和“SmartArt 样式”两个功能来进行变更。

- “更改颜色”为 SmartArt 图形提供了各种不同的颜色选项，每个选项可以用不同方式将一种或多种主题颜色应用于 SmartArt 图形中的形状，如图 4-182 所示。
- “SmartArt 样式”包括形状填充、边距、阴影、线条样式、渐变和三维透视，可应用于整个 SmartArt 图形。还可以对 SmartArt 图形中的一个或多个形状应用单独的形状样式，如图 4-183 所示。

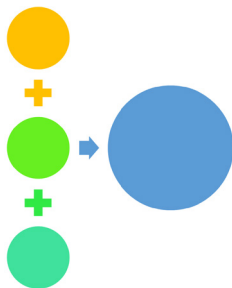


• 图 4-182



• 图 4-183

SmartArt 样式和颜色组合适合用于强调内容。图 4-184 为了强调 SmartArt 图形中的不同类别，可以使用“更改颜色”-“彩色”中的任意组合。



• 图 4-184

2. SmartArt 的八种类型

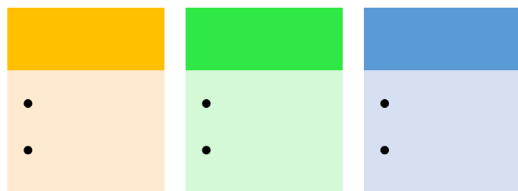
在创建 SmartArt 图形时，系统会提示选择一种类型，即列表、流程、循环、层次结构、关系、矩阵、棱锥图和图片八种。这里的类型类似于 SmartArt 图形的类别，每种类型都包含了几种不同的排列方式，如图 4-185 所示。选择前需要明确一下传达内容的关系，以及是否希望内容以某种特定排列方式出现。



· 图 4-185

（1）列表

如果想使无序的文字信息更加醒目、直观，可使用“列表”类型中的排列方式，以各色形状显示文字信息，如图 4-186 所示。需要注意的是，制作时并不是将大量文字放置到 SmartArt 图形中，而是仅将要点放置到 SmartArt 图形中，然后通过另一个幻灯片或文档来详细介绍这些要点。



· 图 4-186

（2）流程

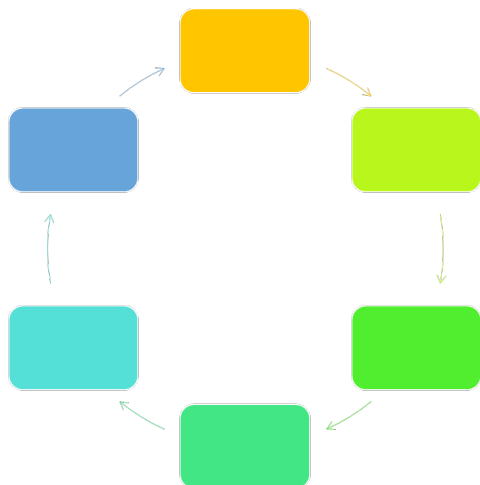
“流程”类型中的图形通常包含一个方向流，可用于对步骤或阶段进行图解，例如，完成某项任务的序列步骤、开发某个产品的常规阶段、日程表或计划，如图 4-187 所示。



· 图 4-187

（3）循环

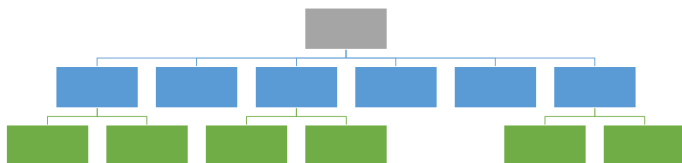
“循环”类型中的 SmartArt 图形通常用来对循环流程或重复性流程进行图解，如图 4-188 所示。



· 图4-188

(4) 层次结构

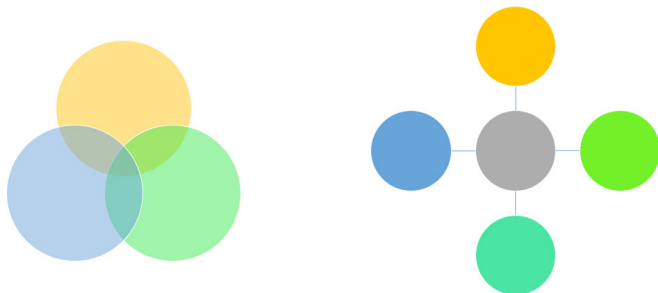
“层次结构”类型中的 SmartArt 图形，最常用于展示公司组织结构，还可用于显示决策树、系谱图或产品系列，如 4-189 所示。



· 图4-189

(5) 关系

“关系”类型中的 SmartArt 图形显示了各部分（如联锁或重叠的概念）之间非渐进的、非层次关系，并且通常说明两组或更多组事物之间的概念关系或联系，如图 4-190 所示。



· 图4-190

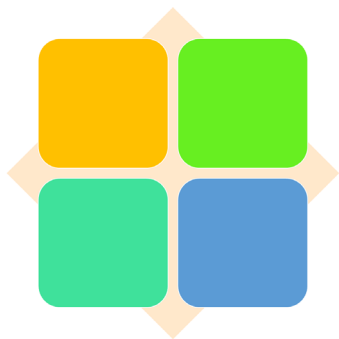
(6) 矩阵

“矩阵”类型中的 SmartArt 图形通常对信息进行分类，并且它们是二维布局。它们用来显

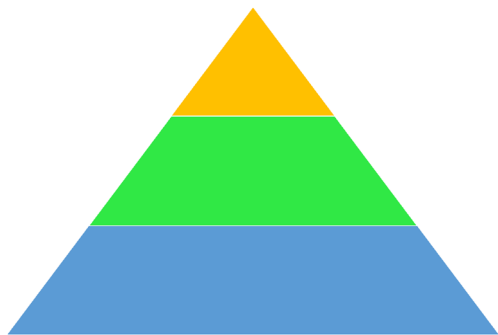
示各部分与整体或与中心之间的关系。如果具有四个或更少的要点以及大量文字，“矩阵”布局是一个不错的选择，如图 4-191 所示。

（7）棱锥图

“棱锥图”类型中的 SmartArt 图形通常显示向上发展的比例关系或层次关系。它们最适合需要自上而下或自下而上显示的信息，如图 4-192 所示。如果要显示水平层次结构，则应选择层次结构布局。



· 图 4-191



· 图 4-192

（8）图片

如果希望通过图片来传达信息（带有或不带有说明性文字），或者希望使用图片作为列表或过程的补充，则可以使用“图片”类型的 SmartArt 图形。

3. SmartArt 的应用美化

在日常的实际使用中，可以快速将罗列出的要点转换为 SmartArt 图形，比如图 4-193 的文字内容可以通过“转换为 SmartArt 图形”的功能一键转换为图 4-194 的样子。

项目实施流程

前期调研

方案确定

实施准备

项目实施

项目收尾

文档交付

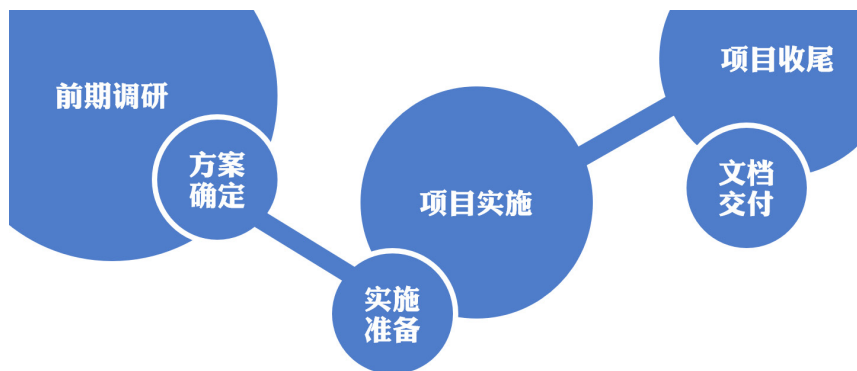
· 图 4-193

项目实施流程



· 图4-194

转换后的视觉效果并不是特别好。如果时间紧迫，可以通过颜色、样式的变换进行调整。如果时间充裕，还可以进行进一步美化，如图 4-195 所示。



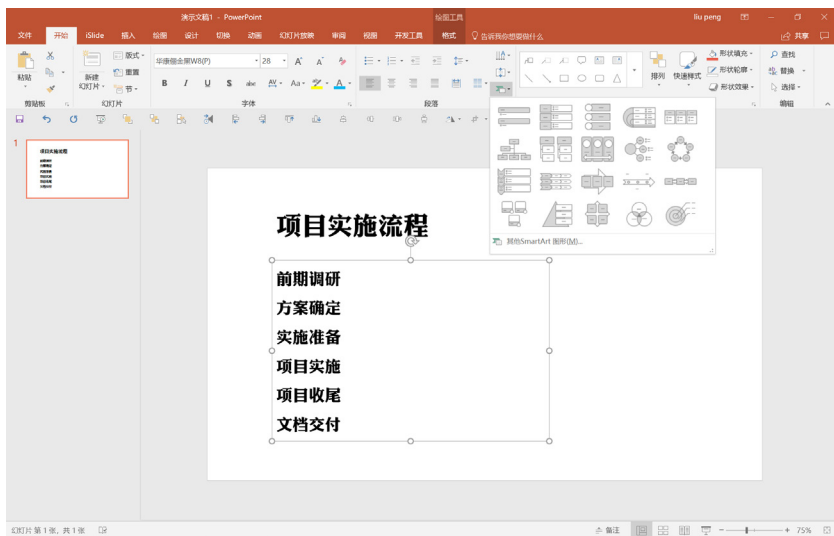
项 目 实 施 流 程

· 图4-195

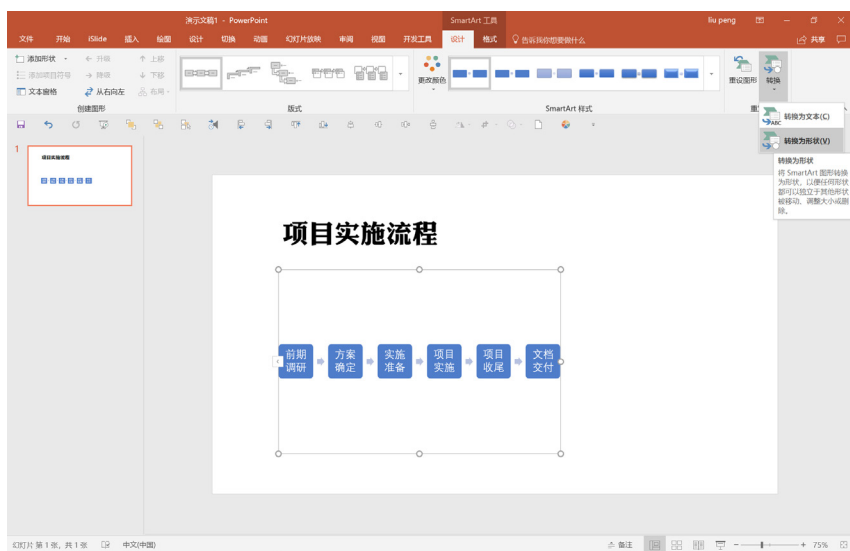
下面用上面这个案例来说明具体操作：

Step1 将大段的文字归结成短句或是提炼出几个要点，然后在“开始”栏选项卡的“段落”功能区内使用“转换为 SmartArt 图形”将文字转为图示，如图 4-196 所示。

Step2 选择“基本流程”后得到基本的 Smart Art 图形，然后在“设计”栏的最右侧单击“转换”按钮，在弹出的下拉菜单中选择“转换为形状”命令，将一个 SmartArt 图形变为六个圆角矩形，如图 4-197 所示。

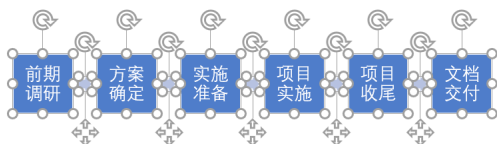


· 图 4-196



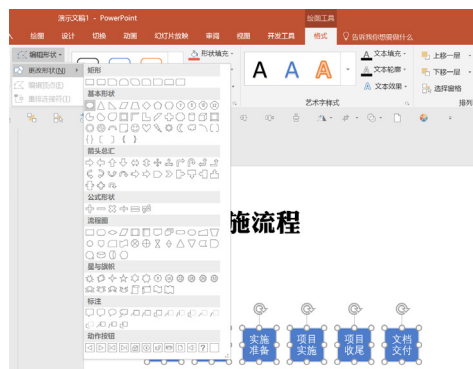
· 图 4-197

Step3 转换后六个圆角矩形还是一个形状组合，在其上单击鼠标右键，在弹出的菜单中选择“取消组合”命令，得到独立的形状，如图 4-198 所示。



· 图 4-198

Step4 删除形状之间的箭头，然后在“格式”栏中单击“编辑形状”将矩形变为圆形，如图 4-199 所示。

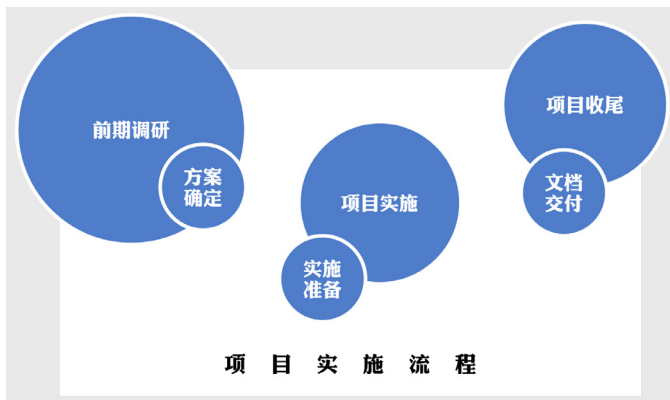


项目实施流程



· 图 4-199

Step5 拖拽圆形使其变得大小不一，然后将其交错摆放（摆放时需要多调整几次），如图 4-200 所示。



· 图 4-200

Step6 在圆形之间使用两个较粗的线条相连，并将标题文字调整为灰色即可，如图 4-201 所示。

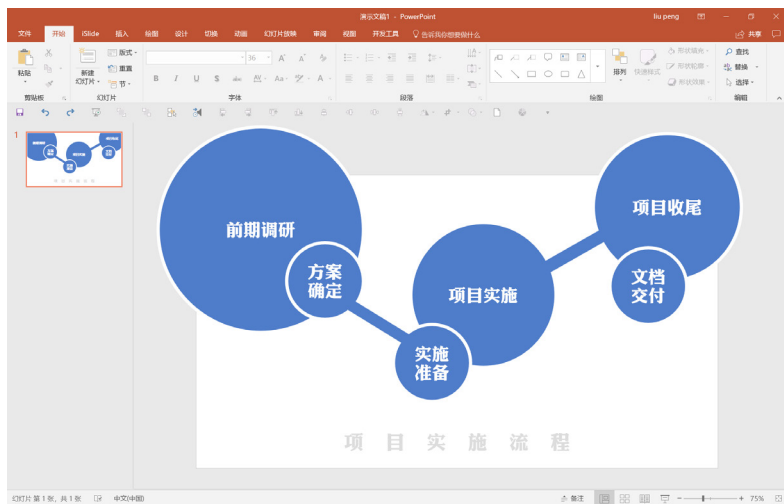


图 4-201

这种应用的思路是先将文字转为 SmartArt 图形，再将 SmartArt 图形拆分为形状，最后进行形状的美化。

◀ 05 版面规范，摆脱页面杂乱不堪 ▶

现实中经常出现这样的情况——即便你懂得了所有的理论和技巧，给你相同的图片和文字，依旧无法制作出精美的页面，因为排版并不是只把各种元素一个个放到页面里就行。

页面的大小与页面的元素之间存在着一种制约关系。首先，PPT 版面的大小直接决定了页面上信息量的多少，这好比无法在一部电梯里塞进 100 个胖子，你需要做的是让那个最重要的人先进电梯——把最重要的信息先传递给观众。另外，PPT 背景有横有纵，即使背景大小一样，方向、比例、大小也会不同，所以所有元素必须按照版面来排列，相同的内容在电脑上演示（横向）和在手机上演示（纵向）排版有很大的区别。

- 版面设计原则，看似随意的设计其实是有迹可循的，原则是经验的总结。
- 框架页制作，封面、目录、过渡页、封底在视觉上和逻辑上都需要形成一种统一。
- 内容页制作，内容页须依照文字内容和使用情境进行设计，简化次要的，突出主要的。

5.1 版面设计原则：页面设计规范性

在 PPT 的页面中，元素不同的组合方式会产生千差万别的设计效果。刚开始做 PPT 时很多人都会凭感觉，时间长了这样会让人很头疼，因为有时只凭感觉无论如何排都会觉得不好看。

因此，即使你不准备做专业的平面设计工作，也需要了解一下相关的原则。这些原则表面上看似给 PPT 制作加上了很多条条框框，没有那么多的自由空间，但其实在实际应用中反倒是会给你一些启示。

本节用实际的案例来讲解版面设计原则，包括对齐、对比、重复、亲密、层次这五个原则。

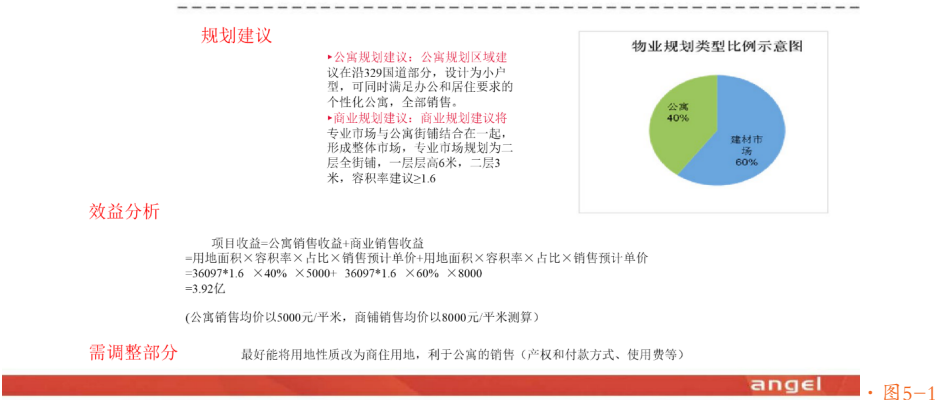
5.1.1 对齐

乱糟糟的东西从来就不会带给人好印象，比如乱糟糟的办公桌、乱糟糟的房间、乱糟糟的人群，与之相反整洁总是会带给人带来好心情。

在演讲时 PPT 就代表演讲者，它就是人们对演讲者的第一印象，恰当的对齐方式会提升 PPT 的档次。如果 PPT 版面没有条理且难以理解，自然在很多人心目中演讲者就是马马虎虎、条理不清的人，或者说演示的内容是不合理的。观众也不是有意要这样下定论，但事实就是如此。

因此必须把 PPT 设计得更整齐，任何元素都不应该随意地摆放在页面上，当版面上有多个元素时，除了需考虑元素与版面的关系，更需对页面上的各种元素进行对齐整理，让页面看起来内容连贯、结构清晰，使信息传达得更准确。图 5-1 因为版面文字没有对齐，页面上会有一种错乱感，观众不知该往哪里看。而图 5-2 中的文字信息都采用了居中对齐，不仅让人一目了然，而且看起来很整洁。

开发方案建议一



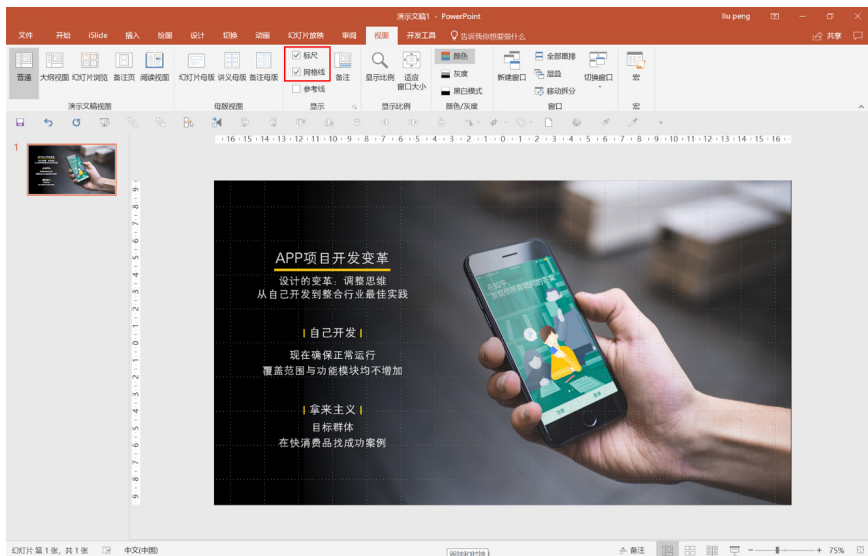
• 图5-2

对齐有三个作用：第一，对齐的元素默认具有逻辑上的并列关系；第二，对齐赋予页面秩序美，防止页面过于散乱；第三，对齐能够避免观众视线的频繁跳跃，保证阅读的连贯性。

1. 网格线和标尺

PPT 里实现对齐的方法有很多，可以先开启网格线和标尺，在视图一栏中就可以找到，如图 5-3 所示。

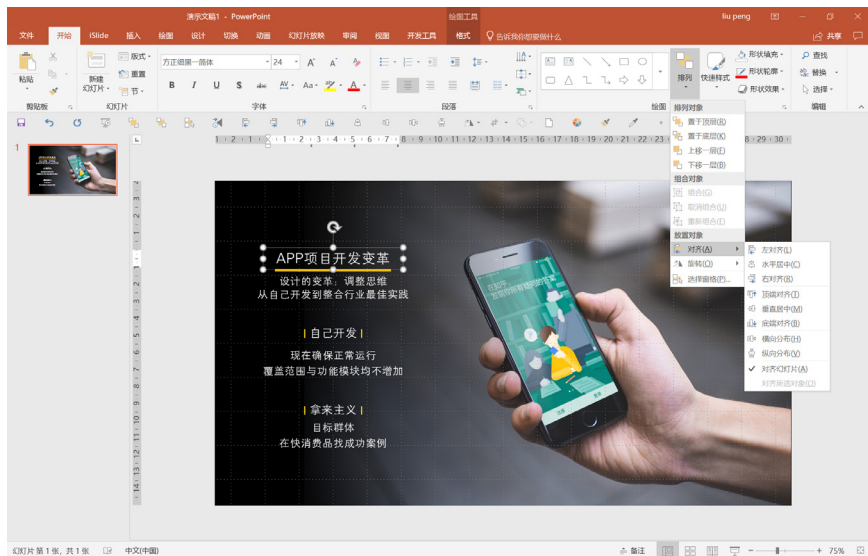
PPT 的编辑界面一般默认没有网格线和标尺，所以将元素添加到 PPT 时只能通过肉眼来判断它在页面上所处的位置，而打开网格线和标尺后，可以很容易看到元素所处的位置（横向和纵向都有相应的标度），还可以利用网格的交点来放置元素或判断元素是否对齐。网格的疏密可以根据需求自行调节。



· 图 5-3

2. 对齐按钮

一页 PPT 中的元素较多时，借助网格和标尺来判断元素位置，通过鼠标拖拽来对齐会降低制作的效率，这时不妨使用对齐按钮，它可以把一个繁杂页面整理得美观大方，在“开始”选项卡的“排序”按钮下拉列表中可以找到它们，如图 5-4 所示。



· 图 5-4

在 PPT 里，元素之间是依靠边框或中心来确定对齐与否的，当它们的边框或中心处于同一条水平或垂直线时即形成对齐关系，包括左对齐、右对齐、顶部对齐、底部对齐和中部对齐，还有元素间隙的横向分布和纵向分布。

在进行页面对齐时，有一个可以借鉴的操作习惯——将表达同一个内容的数个元素对齐后进行组合，这不仅减少了整个页面上的边框数量（数个小边框组合成一个大边框），而且在进行后续操作时减少对齐次数，还避免了鼠标在框选时将不需要的元素选中。图5-5所示就是将图片、线条和说明文字进行了组合，减少了边框的数量。

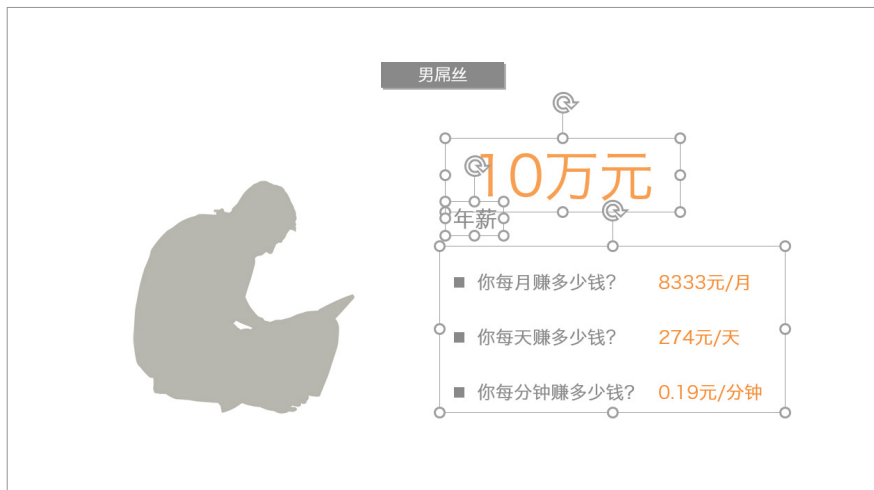


· 图5-5

有时也会出现用对齐按钮无法将元素对齐的情况，主要原因有以下两种：

(1) 文本框自身的格式不一致。比如文本框里的文字对齐方式不一样，导致虽然文本框对齐了但文字仍无法对齐。

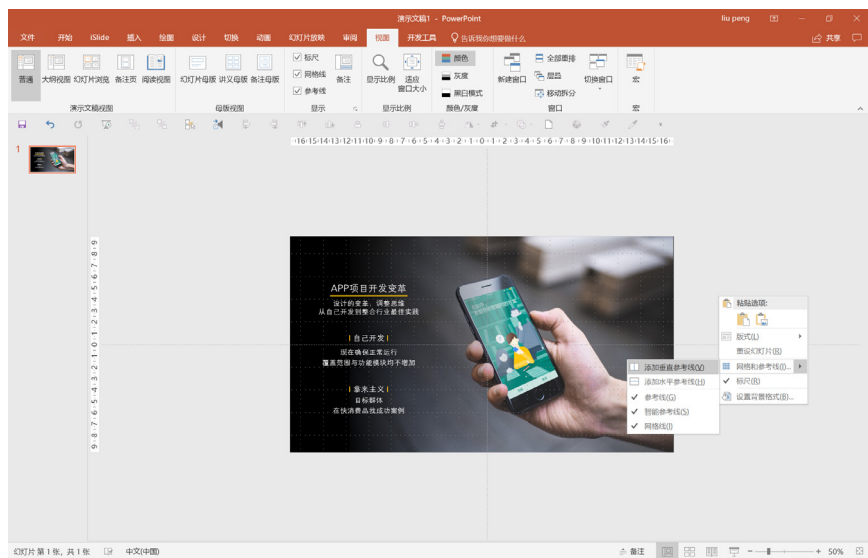
(2) 各种元素的外框大小不一致，比如文本框的行间距不一致，字号大小不一致。如图5-6所示，“10 万元”的字号比较大，因此字与边框的间隙比较大，因此左对齐时文字离对齐边比较远，这种情况需要添加参考线手动调整。



· 图 5-6

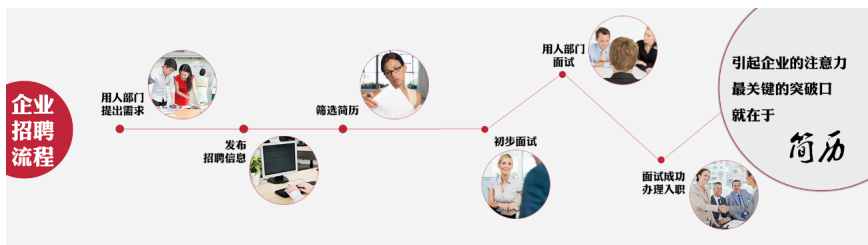
3. 参考线

对齐不仅可以使单页 PPT 看上去整齐有条理，也可以使整个 PPT 更加整齐有序，因为对齐一定是贯穿于所有页面的。可以借助另外一个对齐工具——参考线，实现所有页面中的对齐。默认参考线有水平和垂直两条，实际使用时可以自行再增加新的参考线，如图 5-7 所示。



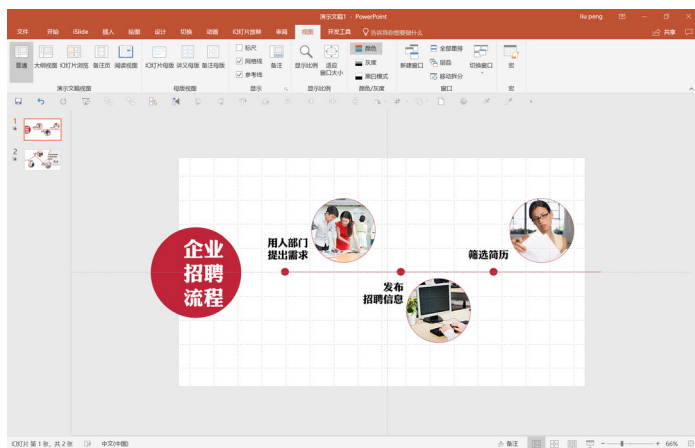
· 图 5-7

在一整套 PPT 里经常会有使用同一元素衔接前后两个页面的情况。图 5-8 中使用一条直线串联前后两页上所有的要点，在播放时形成视觉上的延伸。

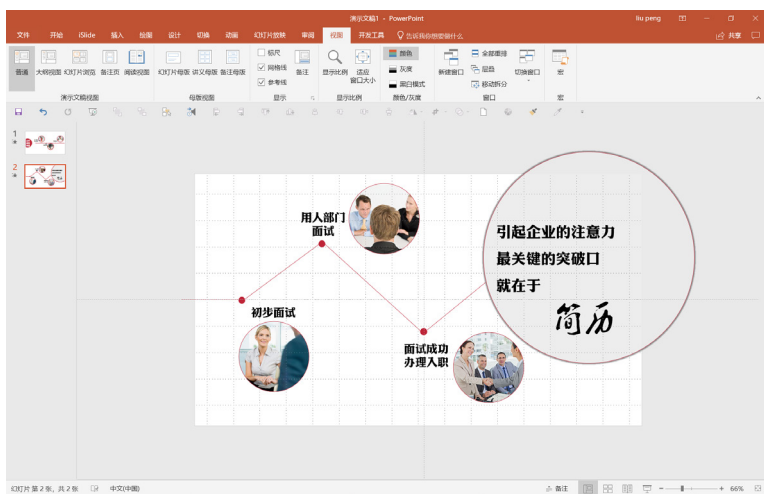


· 图5-8

在实际的操作中是在前后两个页面中分别添加了两条直线。在编辑时为了使线条的位置更明显,添加了一条水平的参考线(网格线无法一目了然),这样只需要将线条放在参考线的位置即可,如图5-9所示。



· 图5-9 a



· 图5-9 b

对于那些在整套 PPT 里多次出现且作用相同的元素，也可使用参考线将其位置画出来，这样可以保证同类型元素在不同页面所处的位置一样。比如，标题的位置，文字的位置，配图的位置（图片放入参考线围出的框内进行裁剪）。如图 5-10 所示，标题与核心文字的位置就用参考线框定了出来。



· 图 5-10

这些参考线贯穿于整个 PPT，建立了一些对齐排版规则，使得整个 PPT 风格统一，虽然不同章节的版式不一样，但是同一章节内的版式都是一样的。如图 5-11 所示，章节内所有的版式都是标题和叙述文字在下方，配图在上方。



· 图 5-11

网格线、标尺、对齐按钮、参考线让页面上的元素都遵循了一定的页面规则，这比那些没有任何参照标准而设计出的版面更容易显得规矩和整齐。但另一方面，这样的排版也容易显得单调，因此有时会有意打破对齐方式制造一种没有对齐的假象。比如现在比较流行的文字云（如图 5-12 所示），看似凌乱，其实也是确定了天地四边的，只不过它的页面重点是我们讲的下一个规则——对比。



· 图5-12

5.1.2 对比

在日常生活中对比无处不在。通过对比我们在网站上挑选商品；通过对比我们谋求更符合自己意愿的职业；通过对比我们看到差异，发现不同。

PPT 里一样需要对比。人是视觉动物，没有人喜欢看千篇一律的东西，人们都喜欢看有对比的画面。使用对比可以最有效地增强画面的视觉效果，将那些需要观众首先注意的内容展现出来，因为在观看 PPT 时，人们并不是完全按照 F 型或是 Z 型的路径在页面上连续不断地扫视内容，而是有一系列的停顿或跳跃。这种间断具有一定规律，不完全是随机出现的，人们会优先被具有视觉性的元素吸引，之后视线会在各个元素之间以某种规律移动，最终停留于视觉落点处。如图 5-13 所示，第一页 PPT 是典型的文字搬家式，整体显得很乏味，除了用黄色标注了一下重点文字，其他的文本太长而且没有吸引读者的地方。第二页 PPT 则运用对比的手法，使得页面更吸引人，视线也是有选择性的先图片，再标题，再跳到黄色线条及博物馆数量，最后看大段文字。

通过上面的案例不难发现，对比有两个比较关键的作用：第一，突出页面中的重点内容，从而形成视觉焦点，依据焦点形成观看的先后顺序；第二，明确文字层级和位置，让版面能够既美观又有效地传达信息。

构建对比的方法很多，这里主要介绍大小、颜色、字体、形状和虚实 5 种对比方法。



· 图5-13

1. 大小对比

在一个页面上，我们第一眼会看面积最大的元素，之后是第二大元素，视线会按照从大到小的规律移动。这也就是说，在 PPT 里可以通过改变元素外形的大小来进行对比。在 PPT 中的体现有三种形式：文字字号、形状和图片的大小。基于大小的调整都是双向的，即可增大也可变小，但在变小时需要考虑最终是否便于观看。

对于文字而言，需要先找出重点的词语或短句，字号大小的对比实现强调和区分，如图 5-14 所示。



· 图5-14

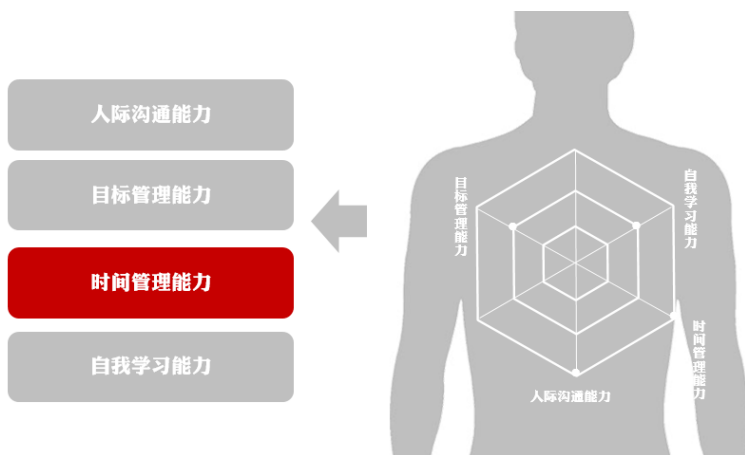
使用字号对比一定要明显，比如把标题设置 20 号字，把正文设置为 18 号字毫无意义。既然要对比，就要大足够大，小足够小，让人眼一看就看出来它们的对比关系。这不仅能使 PPT 更有冲击力，而且让那些坐在演讲大厅最后面的观众更加清晰、方便地观看。

2. 色彩对比

色彩是创造对比的极佳选择。通过颜色的调整来使元素的外观有所变化，可以区分对比的内容。

在观看 PPT 时，暖色比冷色相更容易引发关注，纯色调比暗色调更能引起人们眼睛的注意。颜色的对比也是双向的，既可以新增颜色来突出主要信息，也可以使用灰色弱化次要信息。新增颜色时一定要注意页面上颜色的数量，避免颜色过杂分散注意力。同时也应注意，对比过强或过弱会造成视觉上的不舒服。

如图 5-15 所示，红色会一下子抓住观众的注意力，让观众意识到接下去要讲时间管理的相关内容了。



· 图5-15

3. 字体对比

通过更换不同的字体,可使 PPT 富有设计感。一般而言,需要突出显示的内容使用特殊字体,其他内容使用常规字体,如图 5-16 所示。



• 图5-16

在选用特殊字体时,需要注意文字的可识别性,避免使用那些不适合观看的毛笔字,比如草体字。

4. 形状对比

可以用不同的形状来区分不同的内容,从而形成对比。两个不同的形状放在一起会产生对比的效果,但实际设计时这样做会显得十分生硬,比如你可以想象一下把一个圆形和一个三角形并列放在一个页面上的效果。

在实际的使用中,更多的是用不同的形状去承载不同的内容。如图 5-17 所示,线条划分出页面的标题内容,笔刷凸显出要点内容,右侧的泼墨则显示大段文字。



• 图5-17

5. 虚实对比

在 PPT 制作中，虚实对比方法是将图片画面中的主体部分分离出来，用艺术效果中的虚化功能将其余背景弱化，看得清与看不清形成对比，如图 5-18 所示。



• 图5-18

以上 5 种对比方法在实际制作中一定是综合运用的，比如使用形状对比既会涉及大小也会涉及颜色，使用文字对比可能也会涉及字体和大小。但无论怎样，在制作的过程中都需谨防对比过度。

5.1.3 重复

人们对某一品牌固定的认知，源自长久以来商家对外宣传时所不断重复使用的宣传画面和广告语，这种重复让人们不自觉地某些词汇与品牌联系起来。

在 PPT 的设计过程中，使用一种设计规范会带来风格统一的感觉，反之则会让整个 PPT 像是拼凑起来的。工作中经常会遇到这种情况：在做大型汇报时需要把几份不同的 PPT 合并成一个，需要合并的 PPT 每份都出自不同人之手。如果只是简单地粘贴复制，最后的 PPT 整体效果一定会很杂乱，因为元素的规范标准和版面布局都不一样。

可以重复使用相同的元素，比如：字体、字号、特定的颜色、图形的样式，也可以在版式的布局上重复。

1. 元素重复

如果是使用元素重复，一般需要先确定规范，基本的文字、颜色规范这里不再赘述，这里介绍如何利用形状元素进行重复设计。

可以让形状在不同的页面上以同一种方式重复出现，比如图 5-18 里的矩形，作为修饰时是以半透明的方式出现在左上角。



• 图5-18

还可以在一张页面上使用多个相同的形状以形成一种炫目的感觉，图 5-19 就是使用多个圆形制作的紫色渐变背景。



· 图5-19

2. 版式重复

版面布局上的重复是把相同的内容按照相同的版式重复出现，每页都要出现的标题以同样的方法加以修饰。如图 5-20 所示，页面上的页面和导航都在上方以同样的方式进行展示，页面中部放置图片，下部放置文字。

对于工作型的 PPT 而言，版式重复在制作上可以节省大量的时间。可以将经常使用的版式制作成一套版式素材库，以便有制作任务时直接使用以提高效率。

重复可以使观众不需要费力思考就了解演示的内容，也可以营造出一种良好的视觉效果，同时也会体现演示者的沉着、自信和做事有条理。



· 图5-20



· 图5-20（续）

但重复并不等于千篇一律。重复这一原则并不是指所有内容都要一模一样。比如在同一组幻灯片中要讲述4部分内容，每个部分可以使用不同的背景、字体、色彩以及设置。当然有一种重复是不可取的，即在每张幻灯片中都放有公司Logo，这样会使整个页面看起来无序、混乱、令人厌烦。

5.1.4 亲密

亲密往往和距离联系在一起。初次见面的人身体都会保持一个安全距离，而关系熟络的人一般都会近距离接触。PPT 版面上的元素也存在着这样的关系。在众多的元素之中，很多都具有相同的意思或作用，在设计时尽量把意思一致或彼此相关的元素互相靠近，归为一个视觉单元。

页面中的各项是否紧密排列在一起，通常就是在告诉观众它们是否紧密相关。各项越是紧密地排列在一起，它们看上去就越像是有密切的关联。当各项相距很远时，它们是被理性地区别开的。

在按照亲密性调整元素位置时，需注意以下两点：

（1）元素之间的间距不宜太大。如图5-21所示，本想让文字填满页面，不让页面太空旷，最后的效果反而是间距过大，效果不自然。



• 图5-21

(2) 元素间距的类型尽可能少一些，但要能起到区分的作用。如页面里的元素在横向、竖向不同的方向上都有，这就导致了间隔类型过多，人的视觉需要多次跳跃才能看完，在观看时抓不住重点，最后给人留下页面很“散”的感觉。在制作时可以眯起眼睛，在模糊状态下数一数页面上有多少个元素，如果孤立元素太多则需要考虑重新归类减少视觉单元。如图 5-22 所示，前页中的文字每行的距离都不太一样，观看时会觉得页面上有四个视觉单元；后页中将其归为两个视觉单元，一个是主题，一个是讲者名字。



· 图5-22

亲密性的根本目的是现实组织性，这样可以使页面显得很有条理，更容易阅读，更容易被记住。

5.1.5 层次

香水有前调、中调和后调，这种层次分明的气味能够带给人愉悦感。在 PPT 设计中增加画面的层次感，可以活跃页面，并且增强空间感，扩展原本有限的页面尺寸。图 5-23 里的照片看起来好像堆叠在一起。



· 图5-23

层次设计可以将本来都在一个平面上的东西, 通过层叠划分出纵向的深度。实现层次感一般可以通过五种方式: 元素大小、层级位置、三维格式、色彩轻重和图像虚实, 后两种在前面的章节中已经讲述过, 这里就不再赘述。

1. 元素大小

根据近大远小的原则, 可以将元素缩小来产生位置的变化, 元素缩放得越小, 则意味着在视觉上距离我们越远。大小的区分, 也为画面添加了视觉焦点。相对于并列摆放来说, 这种方式更具有视觉表现力, 如图 5-24 所示。



三 杯 咖 啡 的 故 事

· 图5-24

2. 层级位置

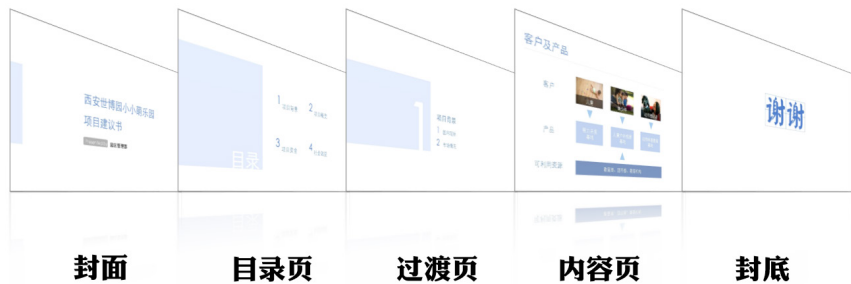
除修改元素大小外，将元素之间相互叠压也能表现出层次与立体感。采用这种方法时，需要确认好信息是否可以被遮挡。还可以通过添加动画实现前后元素的动态切换，以提升画面的趣味性与视觉的美观度，如图 5-25 所示。



· 图 5-25

3. 三维格式

通过对三维格式的设定，可以在二维的平面中模拟出空间的透视延伸效果，如图 5-26 所示。



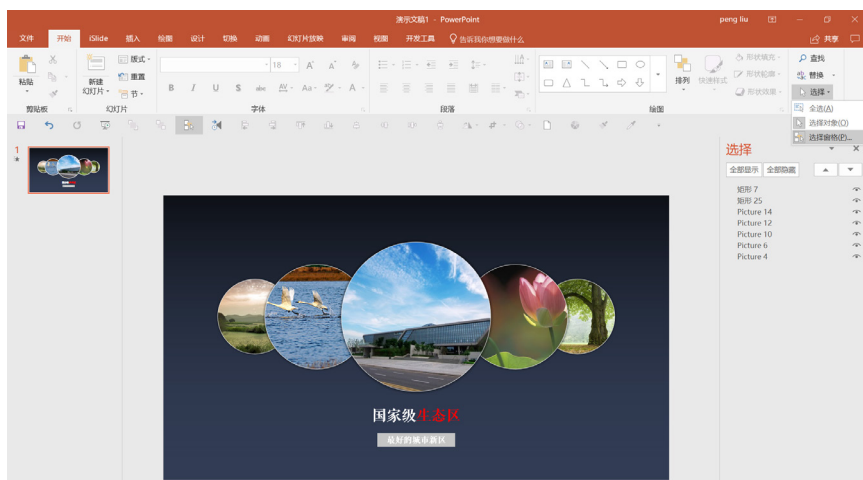
· 图 5-26

通过上面的叙述不难发现，PPT 里的所有元素都处于不同的“图层”上。在制作编辑时经常会发生误点不需要的元素或是上一图层盖住了下一图层不方便编辑的情况，为了便于调整图层之间的关系和编辑不同图层的元素，可以使用“置于顶层”和“置于底层”。当在 PPT 里添加一个新的元素时，软件默认将它置于顶层盖住之前添加的元素。页面元素较少时，可以通过顶层和底层的设置来调整元素，如图 5-27 所示。



· 图5-27

元素较多时这样就会非常不方便，如果想更加便捷的调整元素的位置我们就需要使用“选择窗格”。如图 5-28 所示，在右侧的选择窗格里可以通过拖动可更直观地来调节元素的位置。



· 图5-28

这五项原则并不是孤立地存在于某个 PPT 中，比如对比和层次就经常一起使用，而亲密与对齐在一起使用时，PPT 不仅美观，而且要表达的信息也更清晰。

5.2 框架页制作：起承转合的一致性

PPT 里的页面可以分为两类：一类是封面、目录、过渡页、封底这些串联起整套 PPT 的框架页，另一类是根据内容文字不同而样式各异的内容页。

一套 PPT 里的每一个页面出现与否应根据实际应用情况而定。如果是一个 3~5 分钟的演讲可能只需要封面、内容页和封底就够了；而如果是一整天的培训，除了封面、内容页、封底外，起到引导作用的目录和过渡页自然是不能少的。

本节我们将介绍框架页，其中封面、目录、封底通常都只有一页，过渡页数量由目录页中的内容决定。

5.2.1 封面

封面一般会有演讲主题、讲者姓名、公司名称、公司 Logo 等信息，它可能是一套 PPT 里文字最少的页面，因此封面的设计既简单又复杂。

之所以说简单，是因为封面上的文字基本上不用去提炼浓缩就可以直接使用；之所以说复杂，是因为文字太少的页面如不加修饰会显得干巴巴，如修饰多了又会过犹不及，因此在制作时应把控好标题的可读性和背景的冲击力。

标题是演讲主题的概括，为了让其一目了然，一般通过变化字体、添加修饰等方式让其更加直观。如图 5-29 所示，标题因为使用了康熙字典体而不再显得那么呆板，同时页面上方使用了线条修饰标注出汇报时间。



· 图5-29

如果想让冲击力更强一些，可以给 PPT 变换更有特色的背景或大面积地使用图片，这样能更吸引观众并给他们留下深刻的印象。图 5-30 是一个讲述比萨的封面，使用了极具吸引力的比萨图片，然后用不规则的形状将右下角划分出来放上标题，在冲击力与可读性之间达到一种平衡。



· 图5-30

下面来讲述一下在实际工作中的封面设计思路。

1. 纯文字阶段

在刚开始进行封面设计时，页面上可能只有几行文字。如不添加任何外来元素的话，基本上就只能靠文字格式（颜色、字体、字号）的变化让页面有些略微的不同，图 5-31 是将默认宋体改为华康俪金黑并且整体右对齐的效果。



· 图5-31

还可以尝试将重要的文字放大，并且变成更加吸引人的毛笔字体，如图 5-32 所示。



· 图5-32

对于普通的职场人而言，在纯文字阶段，封面的设计很难有所突破，因此们还是考虑使用一些其他元素，也就是接下来要说的第二阶段内容。

2. 文字 + 形状阶段

纯文字太干，可以通过各种不同的形状修饰页面，线条、矩形、圆形都是我们经常使用的。比图 5-33 就是在文字居中对齐的情况下，在标题的上下添加两个线条进行修饰。



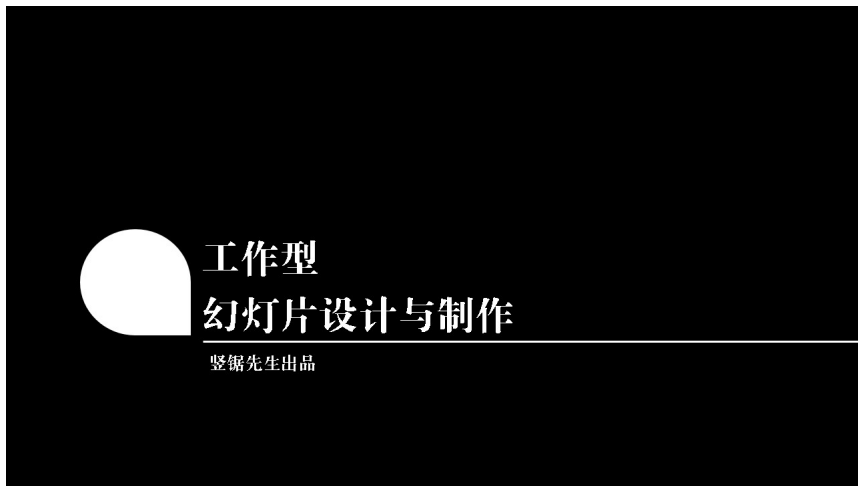
· 图5-33

或是通过形状反衬形成视觉上的焦点，图 5-34 就是用白色的圆形在黑色背景上将标题凸显出来。



· 图5-34

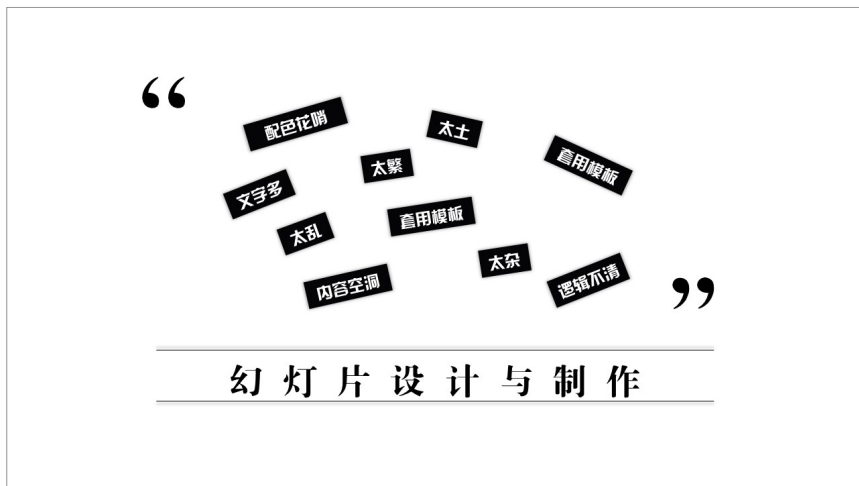
上面两种都是只使用一个种形状进行页面修饰的，在平时的设计中，形状的灵活使用还可以带来更多丰富的效果。图 5-35 是用水滴形状与线条的组合，水滴吸引注意，线条划分引导，观众的视线从左向右进行浏览。



· 图5-35

图 5-36 使用矩形在页面上制作出许多的小贴片形成一种拼凑的效果。

文字 + 形状的封面弥补了纯文字封面的不足，但是在冲击力和吸引力上还是存在欠缺，还可以使用图片来进一步美化。



· 图5-36

3. 文字 + 形状 + 图片阶段

对于没有设计功底的普通职场人而言，使用图片是提升页面设计感最简单也是最快捷的方法。

初级的使用方法是通过调整图片大小来改变页面的感觉，图 5-37 就是最省事的做法——将图片作为背景，即全图型 PPT。



· 图5-37

当图片在页面上的占比最大时冲击力最强，如果将图片缩小（图版率变小）这时页面会有一种素雅安静的感觉，如图 5-38 所示。



· 图5-38

另外，使用形状对图片进行覆盖也可以同等看作是对图片大小的一种改变。图 5-39 分别使用矩形和新月形在图片下方进行了遮盖。



工作型幻灯片设计与制作

竖锯先生出品



工作型幻灯片设计与制作

竖锯先生出品

· 图5-39

以上三个阶段是从纯文字到图片搭配最基本的思路，这也是将文字进行视觉化展示的最简单思路，在我们的技术得到提升后可以将更多的图片和形状效果应用到封面上。图 5-40 就使用了多个小图进行组合，图 5-41 将灰色的图片和红色的半透明矩形放在一起增加质感。



· 图 5-40



· 图 5-41

5.2.2 目录

目录处于封面之后，它可以让观众了解演讲者要讲哪些内容，一般会展示 PPT 的章节标题及先后顺序。鉴于页面有限，PPT 目录页的标题应尽可能简洁。在 Word 里某一章节的标题很可能是这样的“一、心系本职工作，认真履行职责，突出工作重点，落实管理目标责任制”，但在 PPT 里一般需要对其进行浓缩，并且尽可能地统一标题的字数格式和阅读平仄。对于章节子标题，除非十分重要一般不显示，以免页面过于拥挤。

和封面类似，目录也都是从纯文字开始的，基本的设计思路也大致相同。在设计时确保前

后页面的一致性是必不可少的（这种一致性来源于第3章所说的风格）。图5-42所示的封面就是用几何图形与细线形成了一种页面上的动态感，那目录里的元素就应与封面保持一致。

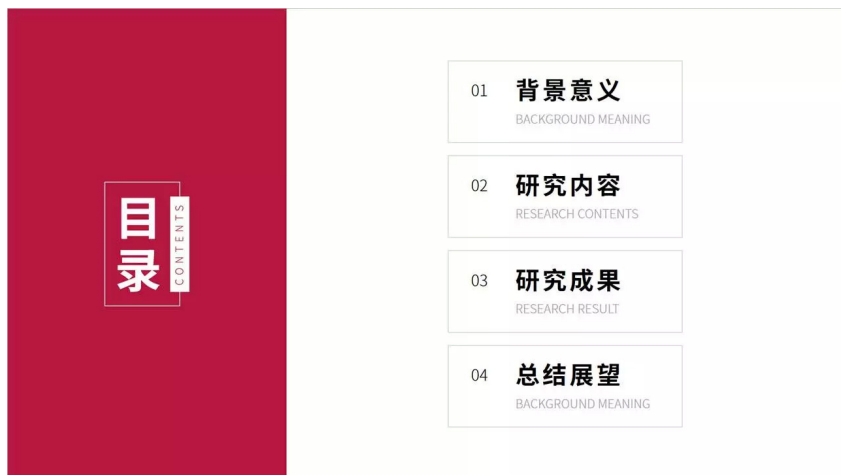


· 图5-42

在具体的设计操作时可以从两个方面来进行考虑。

1. 纵向型

最常见的目录就是在页面一侧放图片、色块或目录二字，另一侧将章节标题从纵向上罗列出来。图5-43所示是最基础的纵向型目录，在此基础上还可以做很多变形。



• 图5-43

有时还可以给一侧的图片添加各种不同的效果，如蒙版或艺术效果。图 5-44 就是给图片添加了模糊效果，并将图片上添加了文字产生了一种层次感。



• 图5-44

为了避免版式太过于一样固定，还可以换一种元素。图 5-45 就是用线条代替了矩形或图片，并添加了图标。



· 图5-45

2. 横向型

与纵向型相对应的是横向型目录，标题横向依次排开，如图5-46所示。这类目录有一个特点——标题不会太多，否则会造成一行难以放下或行数太多的情况。



· 图5-46

有时还会使用形状、图片让标题部分在整个版面上延伸，扩大视觉效果，如图5-47所示。这时最重要的是控制好形状或图片的宽度，以保证每一部分的版面占比相等。



• 图5-47

纵、横向是最简单的两种目录排版方式，除此以外很多逻辑图示也可以用来做目录（如图5-48所示），这里不再赘述。



• 图5-48

5.2.3 过渡页

过渡页一般出现在上一章最后一页与下一章第一页之间，以告知观众 PPT 讲到了哪里、还有多少内容没有讲。

过渡页比较偷懒的设计方法就是直接使用目录，通过改变颜色、大小等元素突出当前所讲章节，如图5-49所示。



• 图5-49

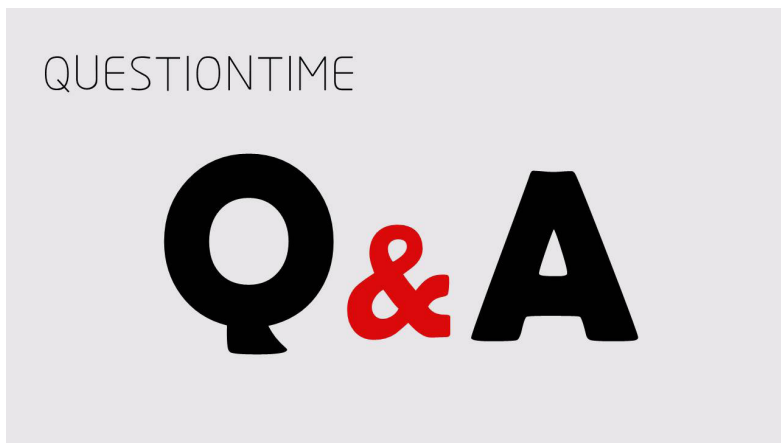
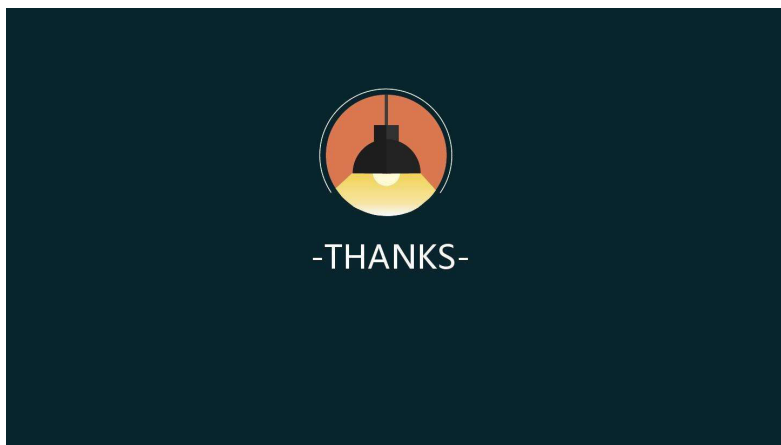
而如果是重新设计过渡页，不同过渡页之间则需要在版式和是否显示本节要点上一致。如图 5-50 所示，章节的标题统一在左侧的箭头里，本节要点统一在右侧的色块里，中间放上与内容关联的图片。



• 图5-50

5.2.4 封底

封底和封面类似，包含的文字内容不多，大部分时候都是在向观众致谢，有时可以是 Q&A 的问答互动，如图 5-51 所示。



· 图5-51

5.3 内容页制作：核心内容的主次性

内容页是一套 PPT 的核心，是填满框架页的血肉。其不仅要吸引观众，更要让展现出来的内容易于理解。在进行制作设计之前，最重要的就是理解文字内容。如果只注重版式美观而不关注文字内容，不考虑文字在说什么，则是本末倒置。在 PPT 定制行业中，设计师总是不断和甲方确认文字的深层次意思，也正是因为他们需要深刻理解文字到底在说些什么，只有理解了才能让文字的视觉感受与表述内容保持统一，才能为选择合适的图片提供指导方向。

根据最终的使用情境，可以将 PPT 分为演讲型和汇报型。前者经常在一些发布会上看到，

这类 PPT 大气简洁，每页上只有一些提示性的文字，主要靠演讲者进行串联，如图 5-52 所示。



· 图 5-52

而实际工作中我们更关心的是汇报型的 PPT 究竟如何制作，下面分为标题分两个部分来介绍。

1. 标题分类

标题是一页 PPT 主题的体现。通过标题，观众可以轻松了解这一页要介绍那些内容。PPT 里的标题一般会有整句和短语两种类型，两者各有特点。

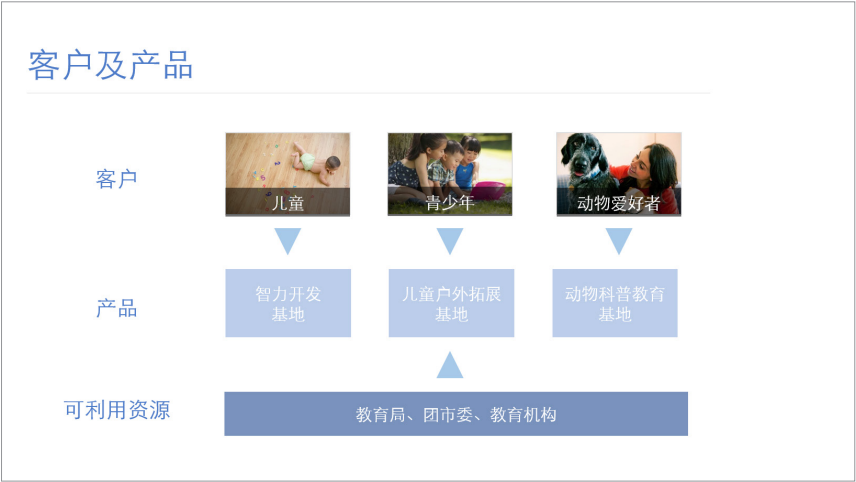
- 整句型标题易于理解，观众看完整个句子就明白了页面的核心意思。这种类型的标题都是对 PPT 内容进行简单的提炼，有时还会在提炼的基础上做进一步的归纳分析，形成一定的观点，给出相应的行动建议。咨询提案 PPT 大多数都是这一类。如图 5-53 所示，页面上直接给出了结论性的标题，并将佐证的内容文字用蓝色标注了出来。

我国钢铁行业处在行业生命周期的成熟阶段				
	引入期	成长期	成熟期	衰退期
增长率	缓慢增长	加速增长	水平	衰退
销售额	低	上升	顶峰	衰退
成本每客户	高	一般	低	低
产品线	很短	增长	多样化	缩减
平均利润率	负	增加	可以很高	衰减
竞争对手	很少	增加	更多但稳定	减少
典型定价方式	成本加成	价格渗透	竞争价格	减价
进入障碍	技术	竞争对手	竞争对手	产量过剩
典型广告方式	认知和教育	大众市场认知	市场细分	减少

· 图 5-53

- 短语型标题会在页面上留有悬念，观众为了明白短语的含义则需要跟着页面上的内容继续走下去，最终通过演讲者口头的表述给出结论。在这一过程中观众一般都会主动思考，

利于交流互动。如图 5-54 所示，看到“客户及产品”的标题并不能很好的理解页面要说什么，直到演讲者通过下面的图示进行说明后才会有一个清晰的答案。



· 图 5-54

在上面的案例中，标题的位置都在左上角，这与我们从左至右的阅读习惯有关，但这并不是绝对的。如图 5-55 所示，短语型标题就放到了右上角，因此在 PPT 里只要每页标题的样式和位置统一即可。

No.	管理指标KPI	单位 Unit	2016目标T 2016Target	2016实际A 2016Actual	达成率A/T Rate	状态 Status	2017目标 2017Target
1	客户抱怨次数	次数	3 (正式)	3 (正式)	100%	●	9
2	DFL PMM	PPM	10	39.2	392%	●	10
3	流出 PPM	PPM	180	148	82.2%	●	160
3	品质成本率	%	3.5%	3.06%	87.4%	●	3.2%
4	废品损失占比	%	0.5%	0.6%	126%	●	0.6%
5	不良品质成本率	%	2%	1.51%	75.5%	●	1.35%
6	体系建设/监督审核	外审监督审核通过	通过	通过	通过	●	监督审核通过

经营指标

16年实绩 & 17年期待值

· 图 5-55

2. 内容处理

所谓的内容处理就是核心文字的可视化处理。在进行处理之前先要确保文字内容准确无误，比如错别字、语句不通这种低级错误一定是不能有的。

其次，一页幻灯片只表述一个观点，即一页 PPT 中的内容不要太多，当每页 PPT 里只有一个观点时，观众的理解吸收效率最高，有多个观点时，吸收的效率大打折扣。如果页面被文字塞满，

相信无论是你自己还是观众，都没有兴趣看。

碰到这种情况有以下几种处理方法：一是对文字进行一些精简；二是考虑拆页；三是缩小字号。一般而言，内容多的页面一定是表达了多个观点。如图 5-56 所示，将本来在一个页面上的信息按照不同的地域分散到了其他页面上。



· 图 5-56

最后，每页 PPT 中都有相对重点的内容，把文字分成几个层级，并为其分配相应的占用空间和大致的位置。可以把前几章所学的颜色、文字、图片等知识混合运用突出重点内容，让它显而易见。如图 5-57 所示，页面讲的是执行力的定义，但在原页面上文字太多，重点不突出，可以将定义进行提炼并用矩形在页面中心凸显出来。



• 图5-57

◀ 06 动画呈现，为报告锦上添花 ▶

工作中，人们对于 PPT 里是否加动画一直存在分歧。产生这种分歧的原因或许是因为某些制作者添加了过多的动画效果从而淹没了要传递的内容，还有可能是动画违背了我们的生活认知，效果展现上十分生硬，显得简陋、多余。

动态的东西一定会吸引人的视线，而如何设置好 PPT 动画效果，让其强化演示主题就十分关键。工作型 PPT 中少量的动画可以给幻灯片添彩，而对于那些动辄数个小时的汇报来说，在重要内容处使用少量的动画可以提醒观看者并且缓解他们的疲劳。比如图 6-1 的前一页提问观众的租金预期，后一页用轰然坠落的效果展现出 0 元这个超出预期的金额，则可以在瞬间吸引观众的视觉焦点。



PPT 动画可以归为动效设计，但与 AE、HYPE 这些专业的工具比起来其在功能上还是有十分明显的差距，因此，如果想做出那些非常酷炫的动画，应该考虑使用那些更专业便捷的工具。对于 PPT 动画只简单讲述以下三点内容：

- 基本原则。这是一个动画效果制作的基础，你必须知道什么样的动画才是合乎人们习惯和审美的。
- 分类组合。千万别在页面上只单纯地使用一种动画效果，丰富的效果来源于多个动画的组合。
- 切换效果。前后页之间不同的切换方式可以展现出一种逻辑，在加入了平滑和缩放定位功能后这种效果更丰富。

6.1 基本原则：PPT 动画效果更符合真实效果

给某一个元素添加一个动画效果并不是什么难事，难的是如何让观看的人觉得惊艳、恰到好处，而不是刻意为之，这需要各个元素、前后页面在变化过程和变化逻辑上都清晰自然。为了达到这个目的动画效果应符合以下四个原则。

6.1.1 简洁高效

如果有人问做动画最基本的要求是什么，那一定是简洁高效。在设计动画效果时，时间和

速度一定是最需要制作者把握好的因素。快速准确，绝不拖沓，这样的动画效果不会浪费观众的时间，不会令人觉得烦躁。

当元素在不同状态之间切换时，运动过程在让人看得清、容易理解的情况下尽量快点，这样才是最佳的状态。PPT 里大部分动画效果默认的持续时间是 0.5s，少部分为 1s 或更长，我们的建议是一般控制在 0.3s~0.8s 之间，过长的时间会让人感觉拖沓。

6.1.2 层次分明

PPT 起到了承载信息的作用，当页面上只有一个元素有动画效果时，观众是比较好理解的，但是当有多个元素、多个动画效果时，除了表现某个元素自身变化外，还需将这些元素之间的关系也传递出来。PPT 动画的初衷在于强调那些重要的信息，层次分明的动画通常能够清晰地展示元素之间关系的变化，并突显那些重要的内容。

缺少层次的动画效果无法在正确的时间点，将用户的注意力吸引到关键的内容上。比如图 6-2 里的各个元素无规律地从页面四周飞入，在观看时会让人抓不住先后的顺序，整个页面显得很得乱。

而有层次的动画，随着元素的运动趋势和变化趋势观众对于后续的画面有了预期，其后产生的结果也不会距离预期太远。比如图 6-3 所示，所要讲的三部分内容依次从右下方出现，然后在页面上并列进行展示，紧接着观众会看到其中的两个图片和文字变灰，最后变灰的两部分内容依次从左上角飞出。



在这个例子中，所有的元素都是按照一定先后顺序出现和消失的，这种有层次的动画会给观众一种条理性，并且可以很好地配合演讲者。要实现这种效果主要是通过调整不同动画的先后顺序或延迟时间，造成内容显示上的时间差。



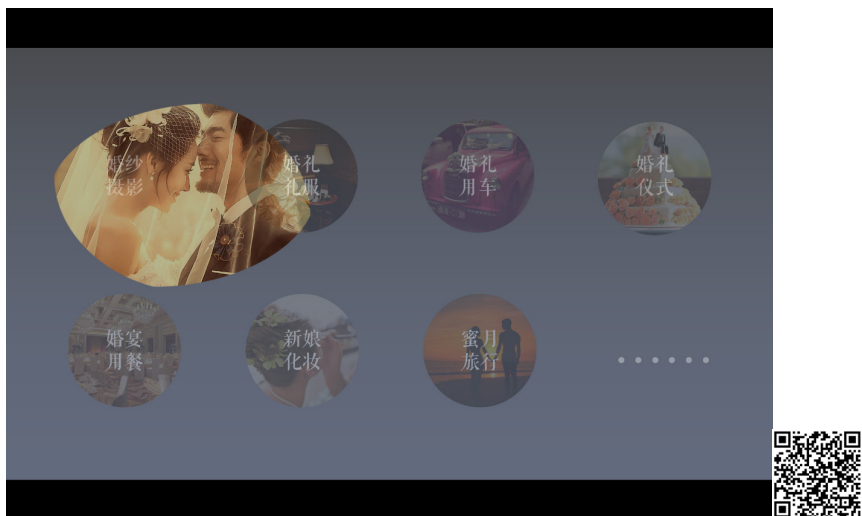
· 图6-3

6.1.3 页面关联

动画效果不只涉及某一页面上元素之间的关系，还会牵扯到变化前后页面之间的关联。

当前后页面有相同元素时，这种关联会十分明显。良好的动画效果会连接新出现的页面元素和之前页面的元素，这种关联逻辑让观众可以清楚地看到变化的过程，达到意想不到的效果。

如图 6-4 所示，前一页中的背景图片通过动画效果缩小并变换了位置，出现在后一页的左边，而内容文字则从婚庆消费变为了更加明细的各消费子项，在关联逻辑上刚好是一种总分关系。



· 图6-4

再比如图 6-5 所示，将一整张图片裁剪为两个部分，将合缝处分别置于前后两个页面之中，通过动画的推进实现前后两页跨页展示从而保证页面的延续性。



· 图6-5

这种页面的关联一般都是通过 PPT 里的切换动画来完成的, 其中最为好用的就是平滑功能。

6.1.4 自然可信

物理世界里的所有运动都符合经典物理定律, 但在 PPT 里, 默认的动画效果在不改变参数(如持续时间、平滑开始)的情况下大多都非常生硬, 这使得元素运动的方式和人们的认知产生冲突, 观众有时很难立刻理解。比如在现实生活中, 很少有物体是一直保持匀速运动的, 通常在运动的开始和结束时它们都会有一个加速或减速的过程, 弹跳球就是最明显的一个例子。

球刚开始被放开时, 它有一个相对缓慢的速度。在重力的作用下, 球的速度持续增长, 直到接触地面的那一刻速度达到最大, 同时, 地面给球反作用力, 使它以几乎相同的速度反弹回去。当球移动时, 两种力量作用正在球上——反弹的力、想把它拉下来的重力。反弹的力量正在慢慢释放, 这使得球随着升高逐渐减低速度, 直到它耗费掉所有的反作用力, 最终到达反弹的最高点。它在顶部停留一微秒, 直到重力把它拉下来, 使它像之前一样加速下降。

PPT 想要完成这种自然的效果就需要把多个动画效果应用到弹跳球上, 并且设置合理的平滑开始或平滑结束时间, 仅凭单个动画是无法完成的。

6.2 分类组合：4类自带动画也可以有千变万化

PPT 动画种类繁多, 包括了进入动画、强调动画、退出动画、路径动画 4 大类(不算页面之间的切换动画), 在网上经常可以见到一些动画爱好者用 PPT 模仿 MG 动画, 这充分说明了 PPT 动画功能的强大。本节从动画分类、动画操作、动画组合三个方面进行介绍。

的一种缓冲，让元素的出现显得更加自然。

（3）擦除。对于线条和条状矩形，使用擦除动画可以进行非常出色的展示，它可以使元素沿某个方向逐渐地显示出来。如图 6-7 所示，PPT 画面里的人物都是用轮廓外形进行展示的，使用了擦除动画后整个页面就用一条线串联了起来，整个页面就显得非常有动感。



· 图 6-7

（4）基本缩放。进入动画时有缩放和基本缩放，一般建议使用后者，因为其变化的自由度更大一些，既可以由小变大也可以由大变小，同时也可以选择元素变化的初始位置是由屏幕内还是屏幕外。当使用从屏幕底部缩小的效果时，就会出现一种在白纸上盖章的动画效果，如果将动画的速度调快则效果非常震撼。如图 6-8 所示，标题文字“快”使用基本缩放动画，快速地从屏幕底部飞入，演示时有一种砸在背景上的感觉。



· 图 6-8

(5) 轮子。轮子动画对于那些圆形元素的展示十分有效，特别是在调整了轮在的轮辐以后，会让元素呈现多种展示效果。比如图 6-9 所示，给目录中的三张图片添加一个圆环外边（不是使用图片自身的轮廓），使用轮子动画后就会出现一个线条环绕图片的效果。



· 图 6-9

除此以外，还有浮入、飞入、切入的动画效果也比较常用，而那些弹跳、玩具风车等过于华丽的效果我们建议根据实际情况选择是否使用。

2. 强调动画

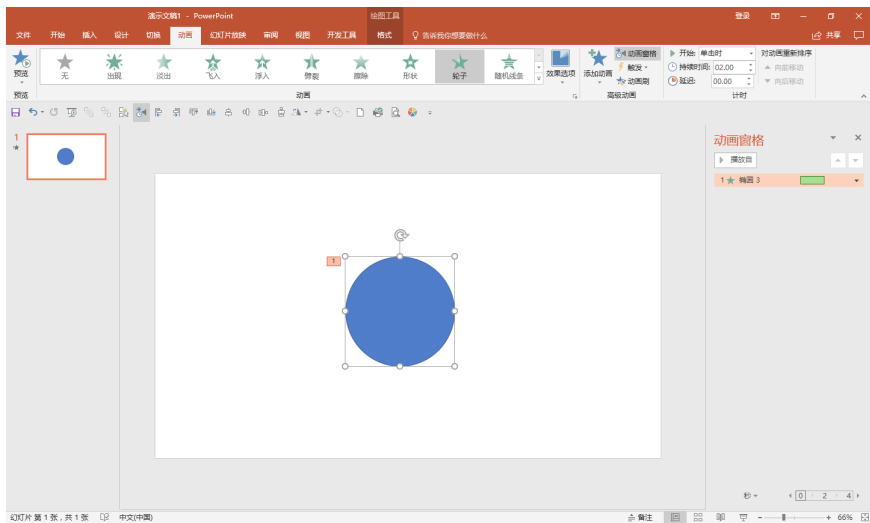
强调动画是通过改变元素的大小、颜色和角度等特征来引起观众注意。与进入动画不同，强调动画使用强调动画的元素很多本身就已经存在于页面之上，或是即将通过进入动画、退出动画出现或消失于页面。

(1) 脉冲。脉冲动画在使用时会让元素的大小和透明度都发生变化。当多个元素并列存在于页面上时，对其中的某一个使用脉冲动画可以起到突出的作用，而当伴随进入动画出现时，脉冲动画也可以让元素在页面上短暂地放大，从而吸引观众的注意。

(2) 陀螺旋转。陀螺旋转动画可以改变元素的旋转方向和旋转次数。只给元素使用陀螺旋转会显得即夸张又笨拙，一般会配合其他动画一起来使用。

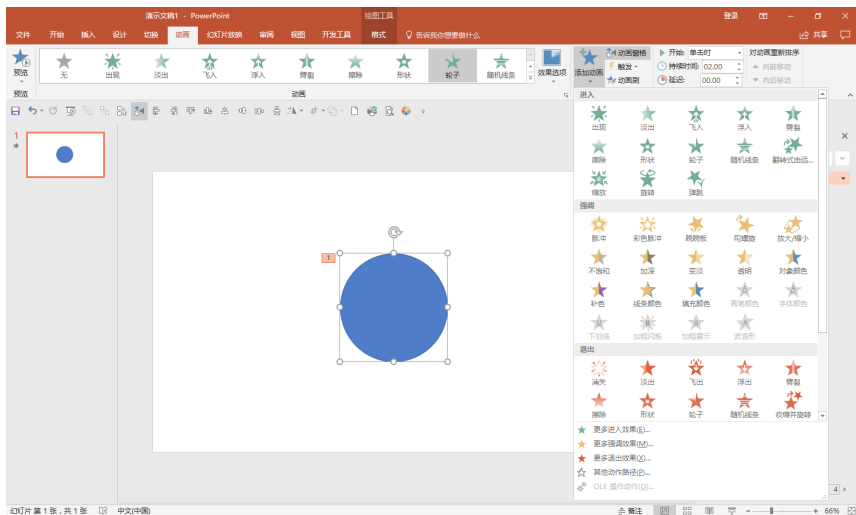
比如，利用陀螺旋转动画改变轮子动画的起始角度，轮子动画的起始角度是 12 点钟方向，如果想从 3 点钟的方向让轮子出现，则可以再添加一个陀螺旋转动画，这可以解决 PPT 里旋转动画角度单一的问题，具体步骤如下：

Step1 在 PPT 里添加一个圆形，并给它添加一个进入的轮子动画，如图 6-10 所示。



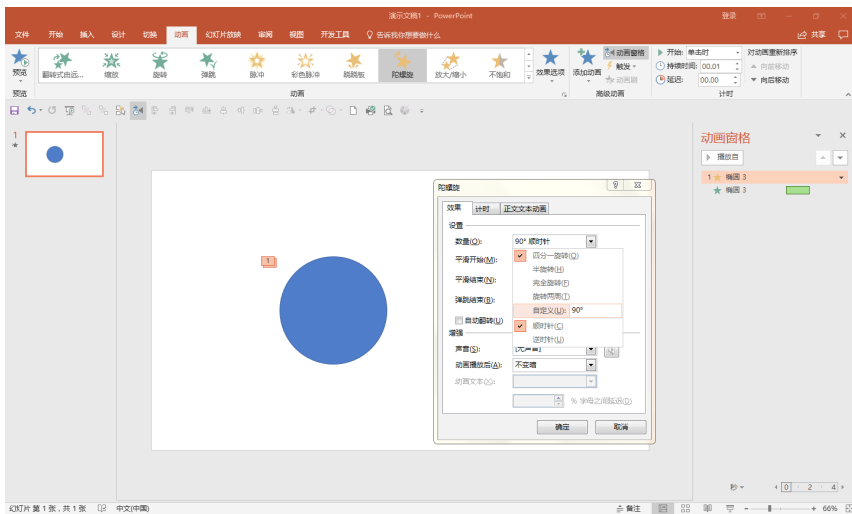
· 图6-10

Step2 给这圆形新增一个陀螺动画，这里需注意如果某元素已经有一个动画效果，则需要在右侧的添加动画里给其新增动画效果，否则会将以前的动画效果替换掉，如图 6-11 所示。



· 图6-11

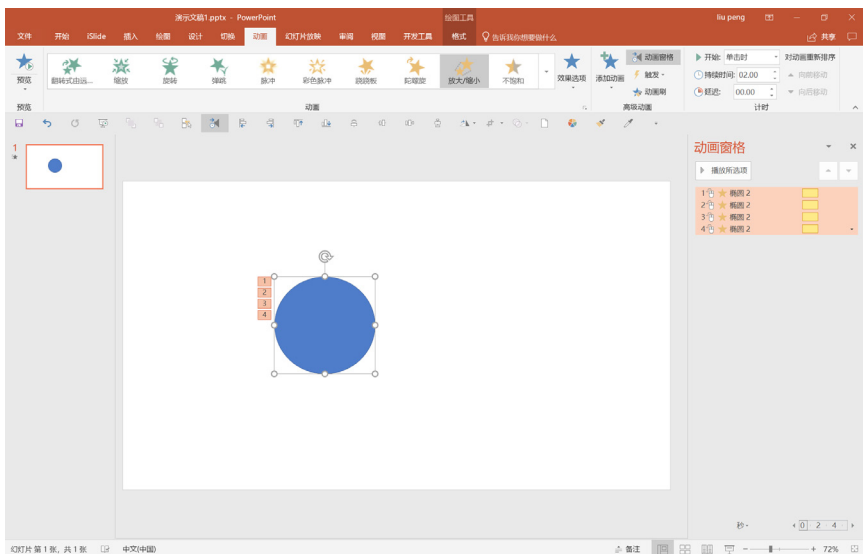
Step3 将陀螺动画的旋转角度改为 90° ，时间改为 0.01s，与轮子动画同时发生即可达到从 3 点钟方向旋转的效果，如图 6-12 所示。



· 图6-12

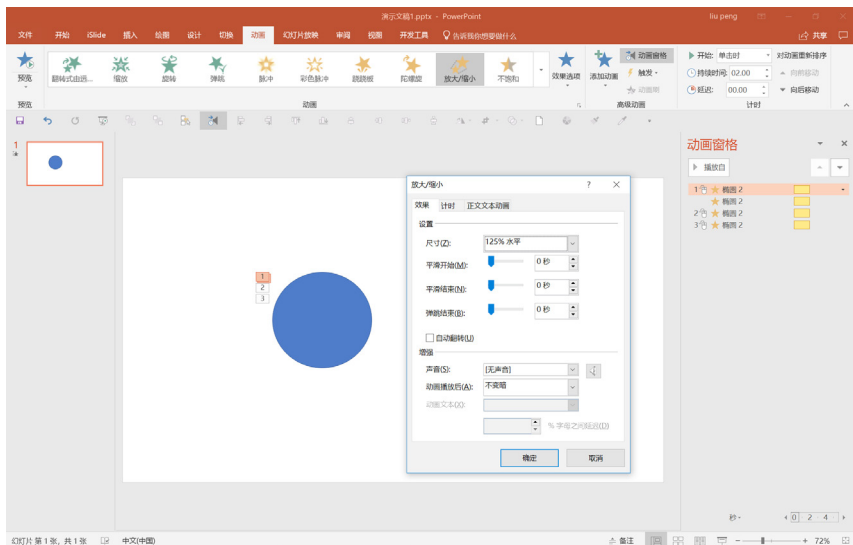
(3) 放大 / 缩小。放大 / 缩小动画是球类元素模仿物理世界所必备的动画，它可以改变元素放大、缩小的方向和尺寸。前面案例中提到的弹跳球就是使用这一动画来进行制作的，要达到这一效果需在水平和垂直方向上两次改变其大小。具体步骤如下：

Step1 添加一个圆形代表球体，并且给这个圆形添加 4 个放大 / 缩小动画，如图 6-13 所示。



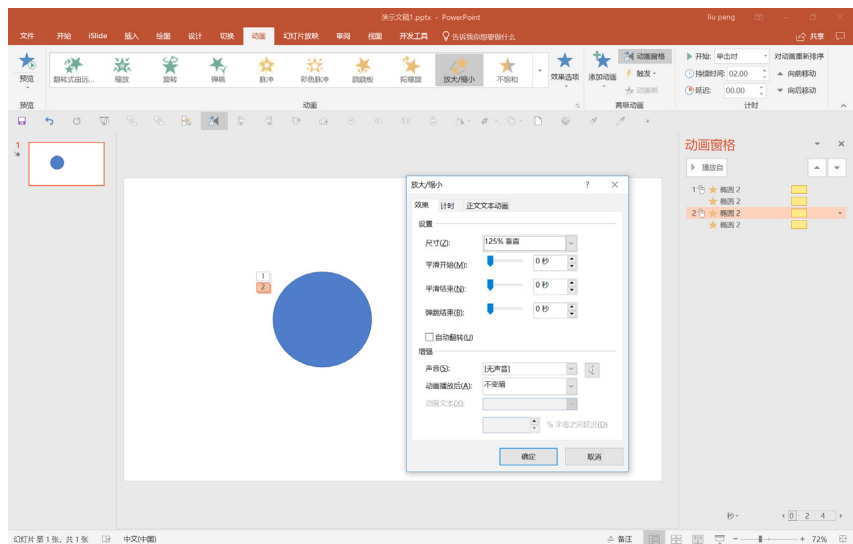
· 图6-13

Step2 将第一个动画的尺寸设为 125% 水平，第二个动画尺寸设为 80% 垂直，两个动画同时发生，这刚好代表球下落撞击地面时外形变化的过程，在水平方向上变大，垂直方向上变小，如图 6-14 所示。



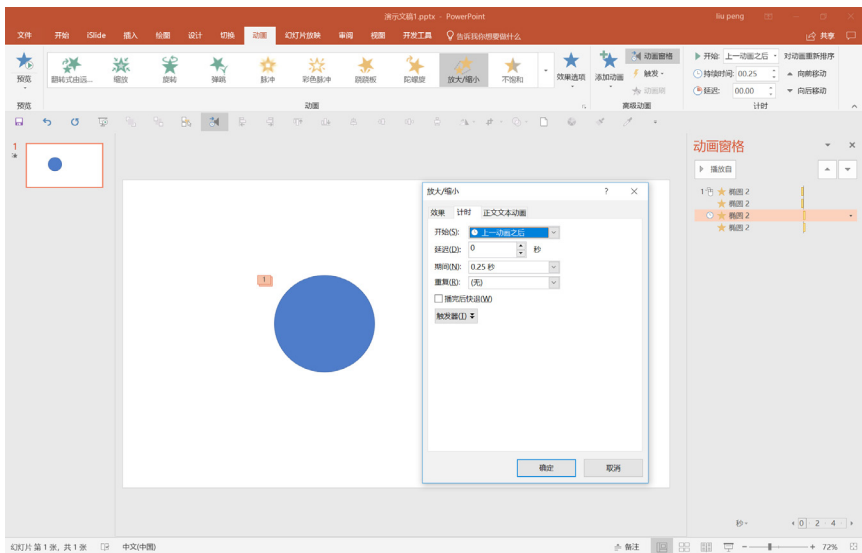
· 图6-14

Step3 将第三个动画的尺寸设为 125% 垂直，第四个动画尺寸设为 80% 水平，两个动画同时发生，这刚好代表球反弹时外形变化的过程，在垂直方向上变大，水平方向上变小，如图 6-15 所示。



· 图6-15

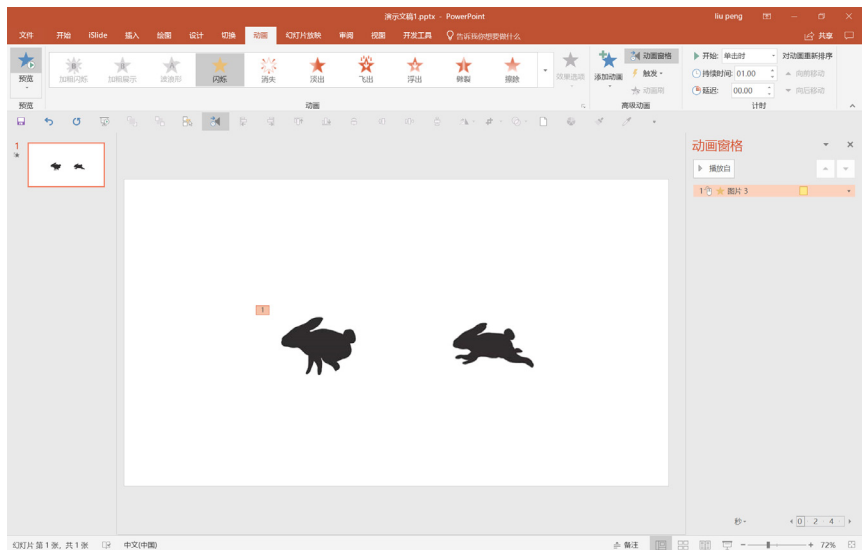
Step4 将所有动画的持续时间都变为 0.25s，后两个动画在前两个动画结束之后发生，如图 6-16 所示。



· 图6-16

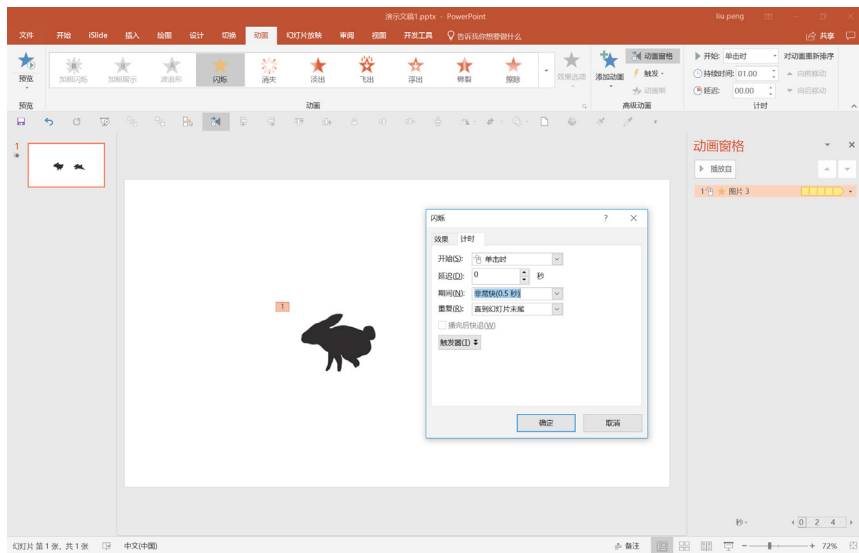
(4) 闪烁。闪烁动画会让画面上的元素消失一下然后再出现。使用闪烁动画把同一物体的不同形态连续展示时，人在视觉上产生一种错觉，会以为这个物体动了起来，比如行走的人，跑动的兔子。具体步骤如下：

Step1 在 PPT 里添加两个形状相似的兔子图片，并给其中的一个添加闪烁的动画效果，如图 6-17 所示。



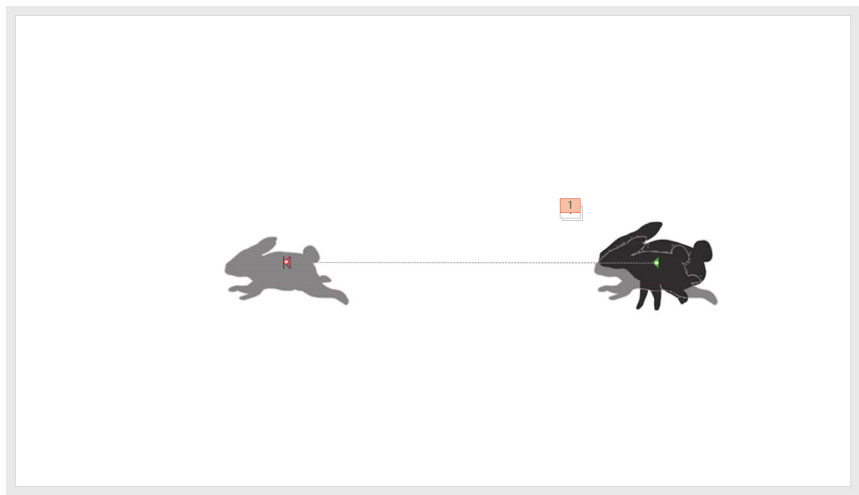
· 图6-17

Step2 将闪烁的时间缩短为 0.5s (默认为 1s)，重复直到幻灯片末尾结束，如图 6-18 所示。



· 图6-18

Step3 给两只兔子添加直线路径，并将两只兔子重叠放置，就可以看到兔子在屏幕上跑动起来，如图 6-19 所示。



· 图6-19

3. 退出动画

退出动画与进入动画在视觉效果上是一致的，可以将其看作电影镜头的回放。具体的动画效果这里就不再讲述，只有一点需要说明，在 PPT 里相同的展示效果可以使用不同的动画来完成，使用哪种动画效果并不是固定的。比如想让一个元素出现，既可以使用进入动画，也可以给这个元素上加一层遮盖，然后给这个遮盖设置一个退出动画。这也算动画制作时的一种逆向思维。

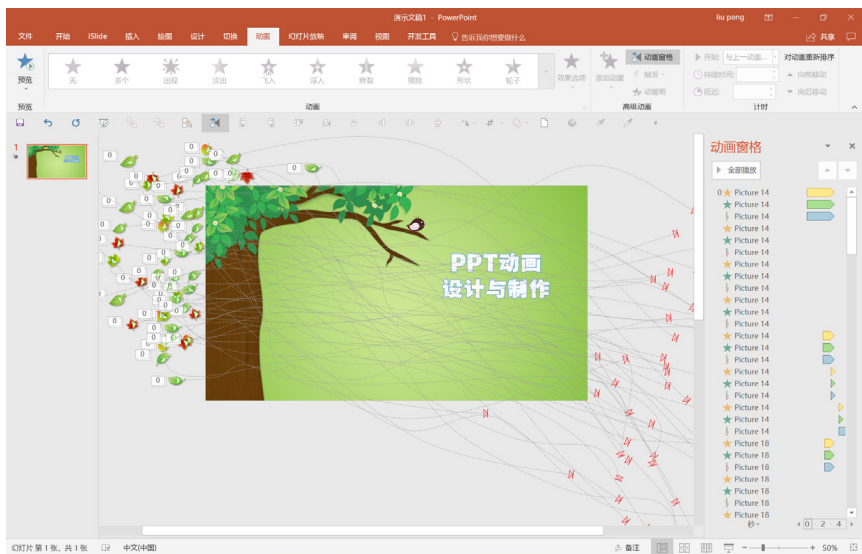
4. 路径动画

如果你想将 PPT 动画做得和动画片一样，路径动画是必不可少的，它可以让元素按照任意路径移动。

给一个元素添加路径动画后，会发现从元素的位置到路径的末尾有一绿一红两个小三角形，这个就是路径的起始。常用的路径除直线、弧线外，最重要的就是自定义路径。对于工作型 PPT 而言路径动画使用机会并不是太多，大家感兴趣可以动手进行尝试。

6.2.2 动画操作

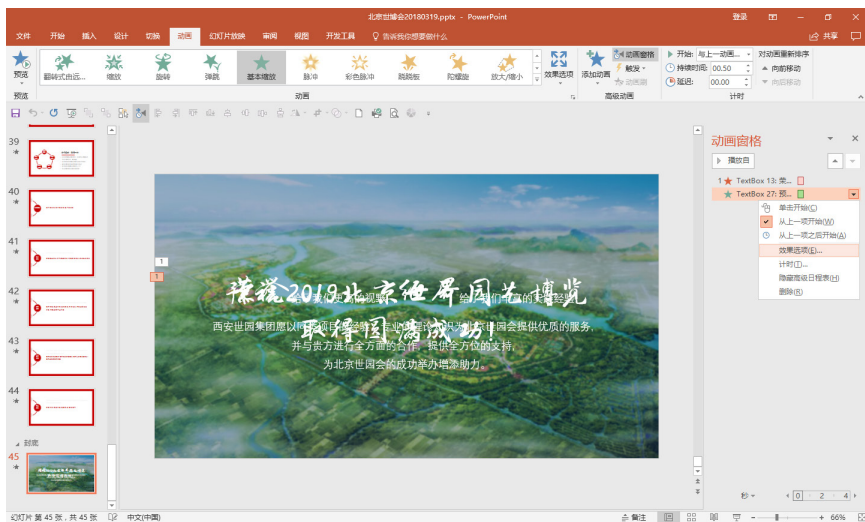
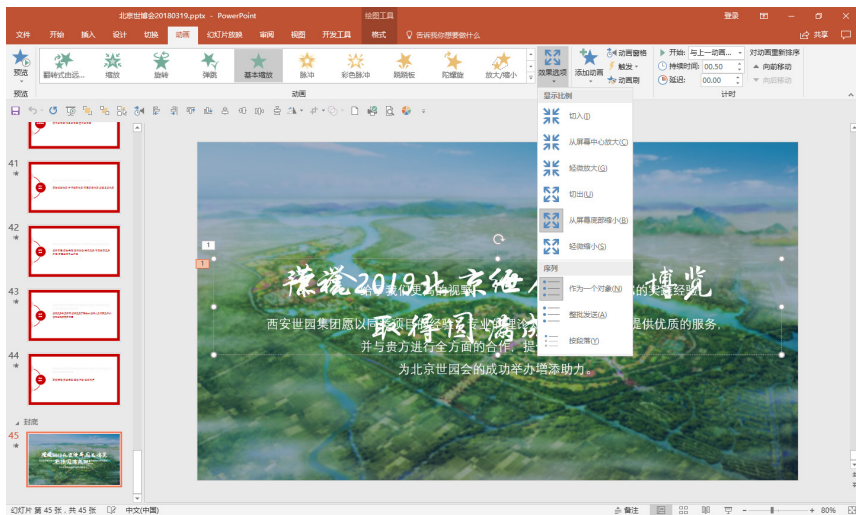
PPT 动画操作经常让很多人望而生畏，图 6-20 就有很多动画路径，整个页面看得人眼花缭



· 图6-20

庆幸的是微软在 PPT 2013 中加入了动画刷功能，解决了人们快速添加 PPT 动画的问题。假如你在网上看到了非常炫酷的 PPT 动画，并且还能下载到这个 PPT 的源文件，则可以直接使用动画刷把那个酷炫的动画复制过来（和使用格式刷的方式一样）。

如果你有更多的时间，那么也不妨对动画的操作进行一些了解。这些操作一般会涉及两个方面——效果和计时。在动画栏中部有“效果选项”按钮，在右侧可以调整动画的计时，但要进行更为精确的设定一般都会在动画窗格里单击某个动画右侧的箭头，在弹出的菜单中选择“效果选项”或“计时”来操作，如图 6-21 所示。



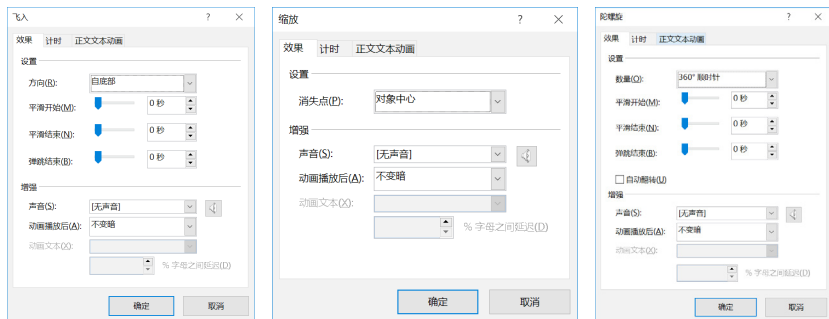
· 图6-21

1. 动画效果

动画的效果一般会涉及方向、大小、位置、旋转角度等参数。每个动画都不太一样，比如飞入动画会涉及方向，缩放动画会涉及开始的位置，陀螺旋动画涉及旋转角度，如图 6-22 所示。

效果选项中比较重要的是以下几项：

(1) 平滑开始。即有一个加速度，设置了时间后，元素在从 0 到该时间内实现从零速度达到最大速度。

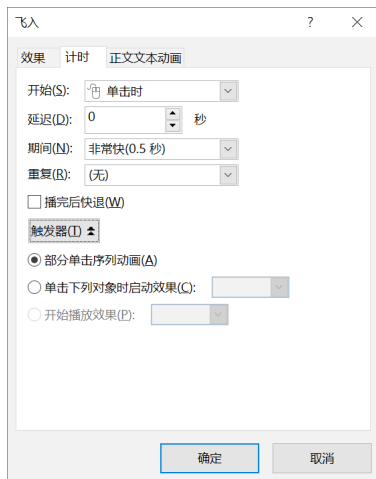


· 图 6-22

- (2) 平滑结束。有一个减速度，元素会在设置好的时间内减速到零。
- (3) 弹跳结束。元素在动画结束时会有一个反弹的过程，设定的时间离结束时间越近则反弹幅度越大。
- (4) 自动翻转。动画完成后按原路径返回。
- (5) 声音。可以在动画发生时同步发出某种声音。
- (6) 动画播放后。在完成一个动画后可以决定是否改变元素的颜色或是该元素是否隐藏。
- (7) 动画文本。对文字、图表类元素添加动画时，可以决定文字、柱形是一次出现还是按字或词出现。

2. 动画计时

动画计时主要涉及动画什么时候开始、持续多长时间等，如图 6-23 所示。



· 图 6-23

- (1) 单击开始。即在单击鼠标或按动翻页笔后这个动画才会发生。如果 A、B 两个元素分别都有淡出动画，且都为单击开始，则需要按动两次翻页笔这两个元素才完全出现，并且是按

照相应的顺序逐一出现的。

(2) 从上一项开始。即同时开始, 如果 A、B 两个元素, 设置为从上一项开始, 则只需按动一下翻页笔这两个元素就能完全出现。

(3) 从上一项之后开始。即当前一个动画进行完毕后下一个动画才会进行。听上去和单击开始有些像, 都是依次出现, 只不过这样设置后两个元素的依次出现只需要单击一次鼠标。

(4) 延迟。以上的功能只会让动画依次进行或同时进行, 如果想让 A 元素动画发生的过程中 B 元素动画也发生, 则需要使用到延迟。将 A、B 动画设置为同时开始 (B 动画从上一项开始), 然后为 B 动画设置一定的延迟时间, 这样最终放映时会看到 A 动画发生数秒后 B 动画交错出现。

(5) 触发器。以上的功能都是单击鼠标或是按动翻页笔就能发生的, 还有一种动画的开始方式是必须触发某个页面元素才能发生的。页面元素添加了这种动画开始效果后就有些类似交互动画。

(6) 期间 (持续时间)。除了已经设定好的选项外, 时间还可以进行自行设定, 最长 59s, 最短 0.01s, 越长则越慢, 越短则越快。

(7) 重复。可以设置动画发生的次数。

(8) 播完后快退。动画完成后回到起始位置。与自动翻转不同的是, 回到起始位置时不是原路返回, 而是直接在起始位置出现。

以上的功能都可以在动画窗格里通过拖动动画的时间条来进行设置。

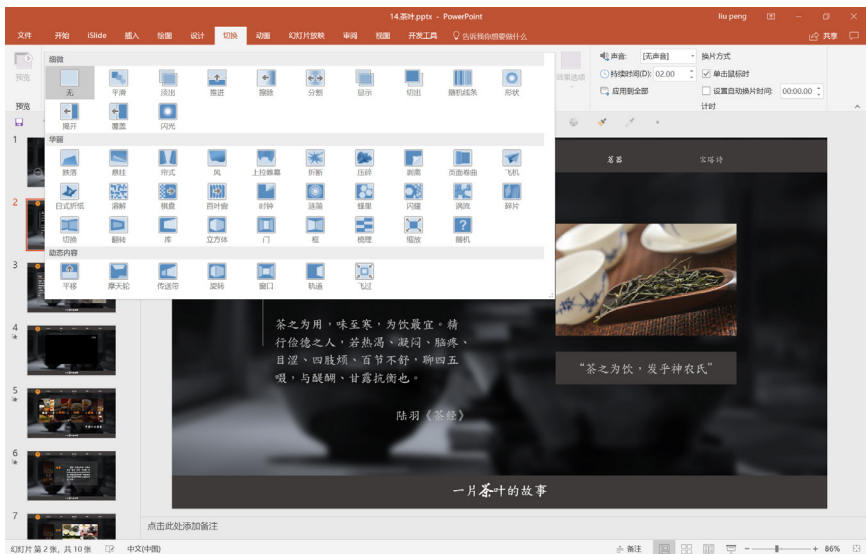
6.3 切换效果：展现上下页间的逻辑关系

PPT 是一页一页呈现的, 为了让前后页面切换时的效果生动一些, 一般会在不同的情境下使用契合的切换效果。以前 PPT 这个软件的切换效果不如 Keynote 或者 Prezi 这两个软件炫酷, 而现在因为平滑和缩放定位功能的加入, PPT 可以实现各种切换的可能性。

本节介绍两部分内容——切换动画、缩放定位。

1. 切换动画

相较于内页元素的动画设置, 切换动画要简单很多, 只要在选择某一页幻灯片后在切换栏中单击相应的切换效果即可, 如图 6-24 所示。



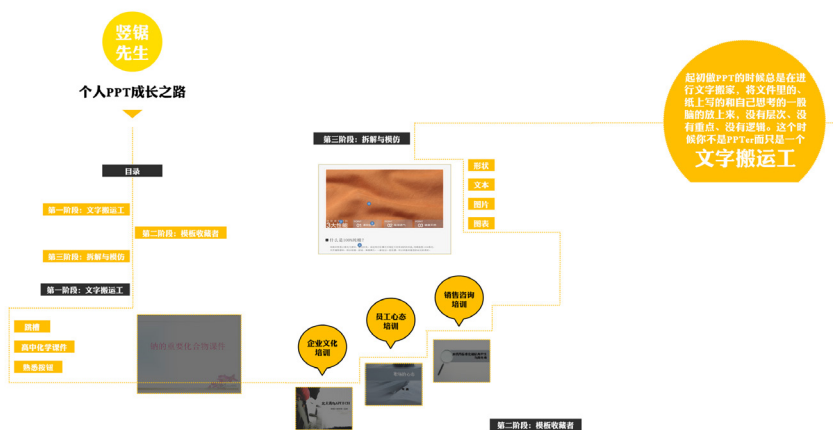
· 图6-24

对于那些华丽型的效果，一般建议在封面、封底、过渡页上使用，并且使用时应尽可能契合页面的元素。如图 6-25 所示，使用帘式效果让封面缓缓展示出来。



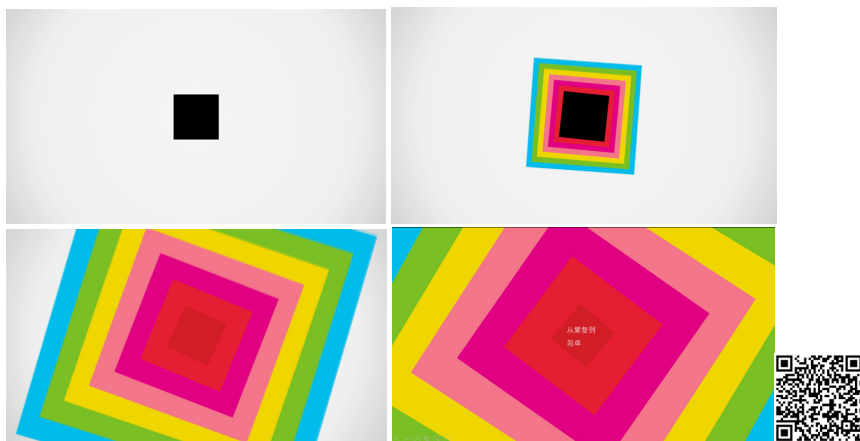
· 图6-25

细微型的效果一般可用于某一章节相同内容的切换上。如图 6-26 所示，使用推进动画配合线条对前后页面进行衔接。



· 图6-26

前面多次提到平滑切换效果，它是利用前后页面上相同元素在位置、大小、颜色、外形上的差异形成页面切换时的动画效果。如图 6-27 所示，在前一页上将多个颜色不同的矩形层叠堆放，在后一页将矩形等比放大并改变旋转角度，使用了平滑切换后则可以实现非常自然地过渡。



· 图6-27

这一功能如果使用得当，至可以替换其他一切动画效果。比如新建一页幻灯片，添加一个圆形，复制该幻灯片，给第二页幻灯片使用平滑切换效果。

- 如要模仿进入动画，只需将第一页的幻灯片中的圆形移出编辑范围，在第二页幻灯片上就可以看到圆形飞入的效果。
- 如模仿退出动画，只需将第二页幻灯片中的圆形移出编辑范围，在第二页幻灯片上就可以看到圆形飞出的效果。
- 如要模仿强调动画，比如缩放，可以重新调整第二张幻灯片上的圆形大小，使其自动扩大或缩小到适当的位置，在第二页幻灯片上就可以看到圆形放大或缩小。

- 如要模仿路径动画，只需将第二张幻灯片上的圆形移到我希望它最终所在的目标位置即可。

2. 缩放定位

在 office 365 订阅版中，微软提供了一种新型的页面过渡方式——缩放定位，这类似于 Prezi 中镜头推移的切换效果。如果你是 office#365 的订阅者在插入栏中就可以看到这种过渡方式，如图 6-28 所示。



· 图6-28

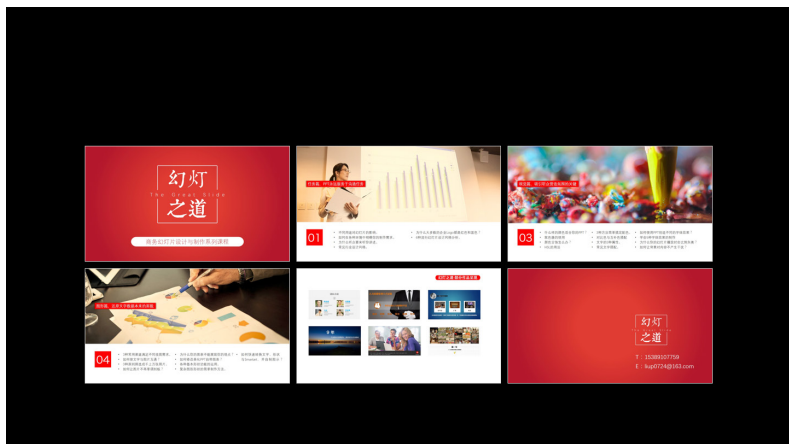
使用这一功能可以在放映时跳转到特定页面或让不同页面互相跳跃切换，从而解决了 PPT 线性播放的问题。有三种类型的缩放定位可以创建：摘要缩放、节缩放、幻灯片缩放，操作方法都一样，这里重点讲述需要注意的地方。

(1) 摘要缩放等于是给整个 PPT 新建一页浏览页，在新建时如果幻灯片本来是有分节的，那软件会自动选择每一节的第一张 PPT，如图 6-29 所示，其余的也可以手动勾选。而如果没有设置节，则需要手动勾选你要的页面，软件不会预先勾选。



· 图6-29

最终在整套 PPT 里会新增一页，如图 6-30 所示。



• 图 6-30

放映时你用鼠标单击相应的章节，镜头就会推进，图 6-31 所示是镜头向第三部分推进。



• 图 6-31

(2) 节缩放可链接至整套 PPT 中已有的节。可用其返回到真正想要强调的节，或突出显示演示文稿中的某些页之间的联系。节缩放只能插入节，在设置时页面只有某节第一页的图像，如图 6-32 所示。



· 图 6-32

(3) 幻灯片缩放使演示文稿更具动态效果，能够以任何所选顺序在幻灯片之间导航，而无需中断演示流程，对于节数不多的PPT而言是不错的选择。并且在改变PPT的某一个页面的摆放角度时，还会产生一种炫酷的翻转方式。在图6-33所示的播放顺序中，第二页和第四页间就会产生一种镜头的旋转。



· 图 6-33



· 图6-33